



AYUNTAMIENTO DE MADRID

**Área de Gobierno de Familia,
Servicios Sociales y Participación
Ciudadana**

**Dirección General de Igualdad de
Oportunidades**

*Estudio sobre el tratamiento publicitario e
informativo de la prostitución y la trata de seres
humanos con fines de explotación sexual en los
medios de comunicación.*

INFORME FINAL



24 de septiembre de 2014

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO Y METODOLOGÍA DE TRABAJO	5
2.1. <i>Objetivos</i>	5
2.2. <i>Metodología de trabajo</i>	5
3. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL DEL ESTUDIO	7
3.1. <i>¿Qué se entiende por prostitución?: una realidad compleja</i>	7
3.1.1. Definición de prostitución	7
3.1.2. Componentes de la prostitución.....	7
3.2. <i>Prostitución y trata de seres humanos con fines de explotación sexual</i>	12
3.2.1. Prostitución, trata y violencia contra las mujeres en el ámbito jurídico internacional	12
3.2.2. El negocio de la trata y la demanda de prostitución: una correlación necesaria	15
3.3. <i>La prostitución como problema social: ¿existe un debate público sobre la misma?</i>	18
4. MODELOS EUROPEOS DE RESPUESTA AL FENÓMENO DE LA PROSTITUCIÓN: INICIATIVAS DE ACTUACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	23
4.1. <i>Regímenes jurídicos europeos de tratamiento de la prostitución: entre Suecia y Holanda</i>	23
4.1.1. El modelo pro-regulador o legalizador: el caso de Holanda	24
4.1.2. Modelos mixtos de intervención.....	26
4.1.3. El modelo abolicionista: el paradigma sueco	28
4.1.4. El modelo prohibicionista: un enfoque poco extendido en el marco de la Unión.....	30
4.2. <i>Algunos resultados de la aplicación de los diferentes modelos europeos</i>	31
4.3. <i>Iniciativas de actuación con los medios de comunicación en la Unión Europea</i>	32
5. LA PROSTITUCIÓN Y LA TRATA DE SERES HUMANOS CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL: EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA	38
5.1. <i>Medios de comunicación y esfera pública</i>	38
5.1.1. La responsabilidad social de los medios de comunicación	38
5.1.2. Esfera pública mediatizada y actividad periodística.....	39
5.1.3. Articulación de la controversia y mediatización del debate.....	40
5.1.4. Relatos, línea editorial e identidad del medio	44
5.1.5. El imaginario social construido sobre el fenómeno de la prostitución: mitos, estereotipos e imágenes.....	47
5.2. <i>Perspectiva metodológica</i>	50
5.2.1. Análisis de contenido	50
5.2.2. Análisis del discurso.....	51
5.3. <i>Muestra empleada en el análisis de contenidos informativos</i>	52
5.3.1. Construcción del corpus.....	53
5.3.2. Descripción de la muestra.....	54
5.4. <i>Características generales de la cobertura</i>	65
5.4.1. Lenguaje, sexismo y prostitución: el debate terminológico	65
5.4.2. Limitaciones de la actividad periodística con incidencia en el tratamiento de la información sobre prostitución y trata	68
5.5. <i>Relatos, actores, marcos de sentido y perspectivas</i>	75
5.5.1. Relato tópico: la trata	75
5.5.2. Actores principales de los relatos	78
5.5.3. Perspectivas.....	96
5.6. <i>Estudio de caso: Ayuntamiento de Madrid y medios de comunicación</i>	100
5.6.1. Campaña de sensibilización del Ayuntamiento de Madrid.....	100
5.6.2. Nueva ordenanza municipal: ¿cabe debate?.....	101
5.6.3. Noticias de agencia, titulación y uso de comillas: manifestación en Madrid.....	105
5.7. <i>Patrones de representación visual</i>	106

5.7.1.	Cuerpos, poses y vestimenta.....	108
5.7.2.	Espacios: calles, coches y carreteras, burdeles.....	109
5.7.3.	Criminalización: registros, detenciones y víctimas.....	113
5.7.4.	Proxenetes.....	117
5.7.5.	Ejercicio voluntario: las nuestras.....	118
5.7.6.	La representación de las manifestaciones y las protestas.....	118
5.8.	<i>La voz de los profesionales del periodismo.....</i>	121
5.8.1.	¿Cómo entran estos temas en la agenda de los medios?.....	122
5.8.2.	¿Cuál es la relación con las fuentes?.....	124
5.8.3.	¿Cómo se especializan las y los periodistas en el asunto de la prostitución y la trata?.....	125
5.8.4.	¿Hay protocolos o directrices específicas en los medios?.....	127
5.8.5.	¿Qué opinan las y los periodistas sobre la cobertura actual en España sobre la prostitución y la trata?.....	129
5.8.6.	¿Cómo establecer la relación con las víctimas de trata?.....	131
5.8.7.	¿En qué otros aspectos podrían incidir los medios?.....	135
5.8.8.	¿Qué perspectiva mantienen las y los periodistas sobre la prostitución?.....	137
6.	LA PROSTITUCIÓN Y LA TRATA DE SERES HUMANOS CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL: EL TRATAMIENTO PUBLICITARIO.....	139
6.1.	<i>Introducción al tratamiento publicitario.....</i>	139
6.2.	<i>El contexto digital.....</i>	142
6.3.	<i>Muestra de publicidad analizada.....</i>	143
6.3.1.	Prensa.....	144
6.3.2.	Páginas web.....	151
6.3.3.	Televisiones.....	163
6.3.4.	Reparto de tarjetas.....	165
7.	CONCLUSIONES.....	167
7.1.	<i>Conclusiones acerca del tratamiento informativo.....</i>	167
7.2.	<i>Conclusiones acerca de la publicidad de prostitución.....</i>	172
7.3.	<i>Conclusiones sobre la opinión de los periodistas.....</i>	173
8.	ÍNDICE DE TABLAS E ILUSTRACIONES.....	175
9.	BIBLIOGRAFÍA.....	176
10.	ANEXOS.....	181
10.1.	<i>Ficha de análisis de anuncios de publicidad y folletos.....</i>	181
10.2.	<i>Ficha de análisis de noticias.....</i>	182

INVESTIGADORAS RESPONSABLES Y PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO:

- Marta Castillo Charfolet
- Vanesa Sáiz Echezarreta
- María Luisa Velasco Gisbert

Con la colaboración de: María Sentís y Marina Mantini

1. INTRODUCCIÓN

La **prostitución y la trata de seres humanos con fines de explotación sexual** no son fenómenos nuevos. Éstos se fundamentan en la vulnerabilidad y la discriminación que sufren las personas, debidas a la desigualdad entre países, la falta de educación, de empleo y acceso a los recursos, y a la pobreza, circunstancias, que como veremos, afectan en particular a las mujeres.

El abordaje de esta problemática no debe considerarse únicamente como una cuestión de violación de los derechos humanos, como un hecho transnacional o como un delito, sino como una consecuencia de la persistente desigualdad de género que aún hoy, prevalece en buena parte de las sociedades.

En efecto, la prostitución, que pese a la existencia de prostitución masculina es mayoritariamente ejercida por mujeres, se asocia de manera indisoluble a las desigualdades de poder subyacentes a las relaciones de género, según las cuales los hombres llevan al extremo la dominación sobre el cuerpo de las mujeres mediante la compra-venta de los mismos.

La tolerancia social hacia este comportamiento, prácticamente naturalizado en nuestro país, legitima y refuerza la dominación de género, predisponiendo al aumento de la explotación sexual de las mujeres y transmitiendo un mensaje perverso a la sociedad y en especial, a niños/as y jóvenes.

El reflejo de dicha tolerancia se muestra en los medios de comunicación, un espejo que *devuelve* el imaginario social pero que también lo configura. Éstos manifiestan frecuentemente una visión estereotipada y prejuiciosa de la prostitución, que reproduce y refuerza la situación vigente, a menudo disociada de la trata de mujeres con fines de explotación sexual, la cual se encuentra fuertemente penada por legislaciones nacionales e internacionales.

Así pues, los medios se constituyen como actores con una especial responsabilidad, cuya acción e implicación es decisiva para detonar la tolerancia hacia esta inaceptable realidad, y concienciar a la sociedad de su vinculación con la violencia estructural hacia las mujeres.

En ese sentido, el II Plan contra la explotación sexual y la atención a la prostitución en la ciudad de Madrid, del Ayuntamiento de la capital, establece la necesidad de actuar en esta dirección, en el marco de un conjunto de actuaciones integradas que pretenden responder a esta realidad desde todas sus vertientes.

Al hilo de dicho Plan y desde una perspectiva de género, se presenta el presente estudio con vistas a sentar las bases en la sensibilización e implicación de los medios de comunicación durante su vigencia (2013-2016).

2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

2.1. Objetivos

El **objetivo general** de este estudio es conocer el tratamiento que los medios de comunicación le dan al fenómeno de la prostitución y a la trata de seres humanos con fines de explotación sexual (en adelante "trata"), desde una perspectiva de género, como medio para realizar acciones de sensibilización en estos medios que coadyuven a la erradicación del mismo.

Este objetivo se operacionaliza en varios objetivos específicos:

Objetivo específico 1: Conocer en profundidad el tratamiento que los medios hacen del fenómeno de la prostitución y de la trata de seres humanos con fines de explotación sexual. Este objetivo se concreta de la siguiente forma:

1.1. Identificar y analizar los estereotipos e imágenes sociales vigentes acerca de la prostitución y la trata, y en particular de las prostitutas y mujeres tratadas o sometidas a explotación con fines sexuales.

1.2. Analizar el abordaje y el tratamiento de la información que sobre este particular realizan los principales medios audiovisuales, escritos y digitales, con especial incidencia en Madrid.

1.3. Detectar y analizar cualitativamente la presencia publicitaria de servicios de prostitución en una muestra de los medios ya mencionados.

Objetivo específico 2: Explorar y **analizar experiencias de interés puestas en marcha en los países de la UE** para la sensibilización e implicación de los medios en la erradicación del fenómeno de la prostitución y la trata. Este objetivo se concreta de la siguiente forma:

2.1. Aproximarse a los diferentes modelos de respuesta vigentes en la UE a la prostitución y la trata.

2.2. Explorar, seleccionar y analizar experiencias desarrolladas con los medios de comunicación en estos países, cuyos elementos sean replicables en nuestro país, en particular con vistas a su aplicación en el ámbito competencial y geográfico de actuación del Ayuntamiento de Madrid.

Objetivo específico 3: Realizar **recomendaciones al Ayuntamiento de Madrid** en atención a la puesta en marcha de actuaciones con los medios de comunicación, en sinergia con el resto de actuaciones del II Plan contra la explotación sexual y la atención a la prostitución en la ciudad de Madrid, que permita mejorar el tratamiento informativo del fenómeno y contribuir a su erradicación.

2.2. Metodología de trabajo

Para alcanzar los objetivos que se acaban de describir, se han desarrollado diferentes fases de trabajo que comprenden la aplicación de distintas técnicas de investigación y metodologías, que se describirán a continuación.

- Revisión bibliográfica y documental.

Se ha llevado a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica y documental que ha permitido la acotación del marco teórico y conceptual general del estudio, así como la sustentación del enfoque particular que ha prevalecido en el tratamiento de la cuestión objeto de estudio.

En paralelo se han desarrollado revisiones ad hoc para los diferentes apartados de este documento que han permitido desarrollar análisis concretos para las diferentes dimensiones y cuestiones a analizar.

En segundo lugar, se ha llevado a cabo una amplia fase de trabajo de campo, la cual ha comprendido varias estrategias y metodologías de actuación diferentes.

- En lo concerniente al **análisis del tratamiento de la información sobre prostitución y trata** en los medios, se procedió a realizar un muestreo selectivo de medios para reducir el universo de referencia a aquellos que proporcionaran la necesaria información, fueran medios de prensa escrita, revistas o televisiones.

Una vez acotada la muestra de medios a utilizar, se procedió a construir la muestra definitiva de noticias a analizar.

El periodo de noticias elegido para el análisis abarca 5 meses, desde el 15 de Octubre de 2013 al 15 de Marzo de 2014, en los siguientes medios:

Prensa: ABC, El País, El Mundo, 20 Minutos, Público, Marca

Televisiones: RTVE, Telemadrid

Revistas: Interviú

La investigación ha empleado una estrategia metodológica combinada, con técnicas cuantitativas y cualitativas, si bien la perspectiva prioritaria ha sido el análisis de discurso, como se da cuenta con posterioridad. Para llevar a cabo este estudio, se ha empleado el análisis de discurso asistido por ordenador, mediante el programa informático ATLAS.TI (Versión 6.2).

- Por lo que respecta al **análisis del tratamiento publicitario sobre prostitución y trata**, como en el caso anterior se procedió a realizar un muestreo selectivo de medios.

Una vez acotada la muestra de medios se construyó una muestra representativa de anuncios publicados en prensa, que se complementó con la selección de varios ejemplos de páginas web. La muestra se tomó el viernes 11 de Abril de 2014. En la muestra de prensa se analizaron tanto los periódicos impresos como la versión digital a través de las plataformas informáticas (Orbyt y Kiosko y más).

Este trabajo se complementó con grabaciones de la televisión (8 Madrid, Canal 7 y Teleservicios) en días posteriores y la recogida durante un mes de octavillas en la calle de clubs y pisos, situadas en los parabrisas de los coches en las calles de Madrid.

- Finalmente, el trabajo de campo comprendió **entrevistas personales** a una selección de profesionales de medios de comunicación. En total se realizaron seis entrevistas.

Para el desarrollo de dichas entrevistas se diseñó un guión de entrevista personal semi-estructurada, a partir del cual se indagó en cuestiones tales como: percepciones acerca del tratamiento de este tema en los medios, responsabilidad de los mismos, la problemática de la publicidad de prostitución, perspectivas futuras y potenciales iniciativas, etc.

Cada uno de los apartados ulteriores contiene más información acerca de las metodologías empleadas.

3. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL DEL ESTUDIO

3.1. ¿Qué se entiende por prostitución?: una realidad compleja

3.1.1. Definición de prostitución

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua de España, la prostitución, en su segunda acepción, supone *“la actividad a la que se dedica quien mantiene relaciones sexuales con otras personas, a cambio de dinero”*. Se trata de una definición de esta institución social que, desde la *académica asepsia*, parece resumir en algo muy simple un fenómeno crecientemente complejo.

En el fenómeno de la prostitución en la actualidad se mezclan numerosas dimensiones y vertientes que van desde la cultura del consumo, la reconstrucción patriarcal de la sexualidad y del deseo, o las nuevas relaciones entre lo privado y lo público hasta la feminización de la pobreza, los movimientos migratorios, pasando por el crimen organizado o la trata internacional de personas con fines de explotación sexual.

Una enmarañada institución de dimensiones e implicaciones individuales y colectivas, personales y políticas, nacionales e internacionales, sociales, culturales, públicas y privadas y, por supuesto, sexuales y de género.

Sin embargo, la prostitución, o el intercambio de “favores sexuales” previa transacción económica no es una institución nueva. De su persistencia en el tiempo y a través de culturas y períodos históricos diferentes se ha llegado a la idea nunca cuestionada de que la prostitución es “el oficio más viejo del mundo”. En este sentido, según algunos análisis, en la baja Edad Media se sitúa cronológicamente el momento en que se configura el nuevo orden social que, en los albores del capitalismo, dio soporte ideológico al matrimonio monógamo, a las nuevas formas de amor cortés, a las identidades de género y a la sexualidad, y al papel subordinado de la mujer que, consagrada a la maternidad y a la reproducción en el ámbito doméstico, se veía apartada del ámbito público.

La Ilustración estableció definitivamente este orden así como la disociación entre “mujeres buenas”, las esposas, castas y puras, y “mujeres malas” o malditas, las que no se ajustaban al modelo de sexualidad y feminidad impuesto por las instituciones políticas, sociales y religiosas. La prostitución se convirtió, en el contexto de esta dicotomía, en el reverso necesario de la instauración de ese ideal de feminidad cristalizado dentro del matrimonio heterosexual indisoluble y monógamo. Así, la prostitución era considerada ya en la Edad Media como un mal menor, execrable pero necesario para atender al deseo sexual masculino considerado perentorio, necesitado de resolución, incuestionable y polígamo por naturaleza.

En este universo simbólico, la prostitución reproducía y contribuía a reforzar el modelo sexual androcéntrico y la prostituta se veía envuelta de un hiper-erotismo, de una sobrecarga cultural ligada al placer y al divertimento sexual para los hombres que protegía y garantizaba, además, la pureza de las mujeres decentes. Muchos de estos estereotipos generados en edades tempranas persisten en la actualidad, como se verá después.

3.1.2. Componentes de la prostitución

Lo cierto es que, desde el enfoque social que esta institución tiene, y en lo que a los propósitos de este estudio respecta, **la prostitución, considerada como el intercambio sexual o de relaciones sexuales que algunas mujeres mantienen con hombres, a cambio de dinero**, se constituye por una serie de rasgos distintivos que la definición de la Real Academia obvia:

1. TIENE UNA INCUESTIONABLE COMPONENTE DE GÉNERO. La prostitución se sustenta en relaciones de dominación y de desigualdad de género entre mujeres y hombres, que posibilitan la explotación de las mujeres por parte de los hombres. La prostitución no es una institución femenina: es controlada por hombres, mayoritariamente ejercida por mujeres, comprada por hombres y mantenida por la violencia, de ahí que no exista una simetría entre ambos a este respecto. En efecto, según datos de la Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (ONUDD)¹, que concuerdan con los elaborados por diversos estudios y análisis de la Oficina Internacional de Migraciones o de la Comisión Europea, cada año son tratadas hacia Europa unas 70.000 mujeres con fines de explotación sexual. Según este informe, las mujeres son habitualmente reclutadas sin su conocimiento, sometidas a coacción y controladas por hombres mediante diversas formas de violencia (que van desde las amenazas a las mujeres y a sus familiares, a la confiscación de pasaporte, pasando por la vigilancia y privación de libertad, u otros métodos de coerción), y que acaban siendo explotadas y consumidas por hombres.

Ciertamente, existe la **prostitución masculina**², tanto en España como en el resto de países de nuestro entorno y, sin embargo, ésta adquiere simbólicamente un valor, unas dimensiones y unos caracteres diferentes. Los prostitutos, *chaperos* o trabajadores masculinos del sexo (TMS)³, no son traficados (aunque la mayoría sean de origen inmigrante) ni están sometidos a explotación de género porque en el patriarcado, por definición, los hombres no pueden ser cosificados.

Según el mencionado estudio, estos prostitutos no realizan estos intercambios bajo coacción o encierro, pues la prostitución masculina suele ejercerse voluntariamente, con carácter temporal y por un móvil económico. Los prostitutos, además, carecen de “chulos” y no son vendidos de un propietario a otro, como ocurre con frecuencia en el caso de las mujeres. Como algunas fuentes sugieren, en la relación de los prostitutos con los clientes no hay una relación de poder sino de igual a igual, y ellos mantienen su autonomía y la capacidad de decisión sobre lo que hacen o no, de manera que no suele haber una violencia implícita al intercambio, al contrario de lo que suele ocurrir con las mujeres.

Finalmente, el estigma y la discriminación que la prostitución entraña para estos hombres⁴, adquiere simbólicamente una dimensión muy distinta a la de la prostitución femenina tanto para las mujeres que la ejercen, como para el conjunto de las mujeres y sus relaciones con los hombres. Este estigma, asociado en estos hombres a la homosexualidad, se diluye al recaer al menos parcialmente, en los clientes.

Así pues, el fenómeno de la prostitución se caracteriza distintivamente por tratarse de una actividad vinculada a la desigualdad subyacente a las relaciones de género, a partir de la cual los hombres tienen derecho a acceder al cuerpo de las mujeres a voluntad, lo que incluye la compra de ese acceso físico es decir, la legitimación de la violación por la vía de la transacción económica.

¹ Trata de personas hacia Europa con fines de explotación sexual (2010), capítulo extraído del informe *The Globalization of Crime - A Transnational Organized Crime Threat Assessment*, de este mismo organismo.

² Algunos estudios hablan de la prostitución masculina, de la prostitución transexual y del turismo sexual como “mercados alternativos del sexo”.

³ Denominación empleada en el estudio elaborado por Fundación Triángulo en 2006, acerca de *Los trabajadores masculinos del sexo: Aproximación a la prostitución masculina en Madrid*. Este es uno de los pocos análisis realizados en nuestro país a este respecto, y los datos que se manejan en el presente estudio tienen en él su procedencia.

⁴ El estudio de la Fundación Triángulo describe cómo los prostitutos se sienten estigmatizados por el ejercicio de una actividad no legitimada socialmente, que con frecuencia puede generar un conflicto con su identidad cultural (buena parte de los trabajadores del sexo son de origen inmigrante, generalmente de países del Sur) y su orientación sexual y de género.

2. LA PROSTITUCIÓN TIENE UNA RELACIÓN CON E INCENTIVA LA TRATA DE PERSONAS CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL. Buena parte de la bibliografía consultada en la materia⁵, no sólo pone de manifiesto esta dimensión de género de la prostitución sino que muestra los **vínculos que existen entre demanda de prostitución – o consumo de la misma – y la trata de mujeres con fines de explotación sexual**, con carácter general.

Así, el informe de UNODC ya mencionado cuantificaba en 700.000 las mujeres en situación de prostitución en los países europeos analizados⁶, siendo tratadas anualmente hacia Europa 70.000 nuevas mujeres, con un incremento de un 20% de las mujeres tratadas entre 2005 y 2006. Asimismo, según diversas publicaciones del Lobby Europeo de Mujeres⁷, la demanda masculina de mujeres – y crecientemente, niñas -, para su consumo sexual está en el origen de la trata, y esta demanda constante de prostitutas nuevas es la que regula el mercado internacional y a la postre, ha influido en la expansión de la industria del sexo a nivel internacional.

En efecto, la trata de mujeres con fines de explotación sexual satisface la demanda de prostitución que parece haberse mantenido estable en el tiempo, una demanda que, siendo variable de país a país, se sustenta en la tolerancia social hacia este tipo conductas que, en algunos países, se han legitimado por la vía de la regulación⁸.

En España, según un estudio del año 1998, el 39% de los hombres habrían pagado alguna vez en su vida por mantener relaciones sexuales⁹. Otro estudio de la Comisión para la investigación de malos tratos a mujeres en la Comunidad de Madrid del año 2002, cifraba este porcentaje en el 40%¹⁰. A su vez, los datos de la Encuesta de Salud y Hábitos Sexuales del INE (2003) revelan proporciones similares: uno de cada cuatro españoles entre 18 y 49 años habría sido consumidor de prostitución al menos una vez en su vida. Estos son indicios del alto grado de tolerancia social hacia esta conducta y su *naturalización* como parte del panorama, e incluso como actividad de ocio y esparcimiento masculina, individual y colectivamente¹¹. No en vano, un reciente estudio realizado por el Ayuntamiento de Madrid entre adolescentes madrileños/as¹² revela la escasa concienciación y falta de conciencia crítica de estos y estas jóvenes al respecto, que viven con un alto grado de exposición a la prostitución, a la que consideran parte del paisaje, así como la expansión de un “territorio gris”¹³ en el que las visitas de grupos mixtos de jóvenes a los clubes de alterne se han convertido en una alternativa de ocio más.

⁵ Dentro de las dificultades existentes que hay para la cuantificación y la recogida de datos tanto sobre la trata como sobre la prostitución. En el primer caso, los datos existentes provienen de fuentes oficiales (policiales y judiciales, fundamentalmente) y en el segundo, de estas mismas fuentes así como de ONG. Sin embargo hay una más que notable carencia de información verídica y actualizada al respecto.

⁶ La extrapolación de las estimaciones de UNODC al conjunto de Europa incrementaría esta cantidad hasta la cifra de 1.000.000 de mujeres en situación de prostitución en 2010.

⁷ <http://womenlobby.org/get-involved/ewl-campaigns-actions/together-for-a-europe-free-from/about-prostitution/resources/?lang=en>

⁸ El paradigma de modelo “legalista” o pro-regulador de la prostitución es el de los Países Bajos como se detallará más adelante en este estudio.

⁹ Leridon, Zesson and Hubert (1998): *European and their sexual partners*. Londres: UCL.

¹⁰ *Informe sobre el tráfico de mujeres y la prostitución en la comunidad de Madrid*. Comisión para la investigación de malos tratos a mujeres.

¹¹ La vinculación entre consumo de prostitución y ocio masculino está ampliamente respaldada por numerosos informes y estudios, y presente en noticias que se reflejan en los medios de comunicación de forma cotidiana. Ejemplo de ello son las noticias recientes acerca de la celebración del Mobile World Congress en Barcelona y el aumento del negocio del sexo en la ciudad condal, o el lanzamiento de diversas campañas contra el tráfico de mujeres hacia Brasil para ser prostituidas (incluidas niñas) durante el Mundial de fútbol de 2014.

¹² FUNDACIÓN ATENEA (2013): *Actitudes de los/as estudiantes madrileños/as ante la prostitución* Madrid: Ayuntamiento de Madrid.

¹³ Ese territorio gris estaría constituido por aquel espacio en que surgen nuevas formas de prostitución relacionadas con la situación de estos momentos, en que mucha población inmigrante está volviendo a sus países de origen, en combinación con el paro y la crisis económica.

La normalización de la prostitución y su aceptación como parte corriente de la realidad como opción más entre la oferta de actividades de entretenimiento y ocio, da soporte ideológico y económico a la trata de mujeres con fines de explotación sexual.

3. SUPONE UN ESTIGMA PARA LA MUJER PROSTITUIDA¹⁴. Uno de los elementos distintivos de la prostitución es la estigmatización de las mujeres en situación de prostitución. Un estigma que se relaciona con el modelo de sexualidad vigente y que afecta a todas las mujeres, ejerzan o no la prostitución.

La repulsa hacia la prostitución se hace recaer no en la actividad en sí misma sino en las mujeres que la ejercen¹⁵, a quienes se inhabilita para su plena aceptación social en virtud de su descrédito generalizado. Así, este estigma, que funciona como método de control social de la sexualidad femenina, pone de relieve aspectos fundamentales en la construcción social de las relaciones de género.

Según el orden sexual y social establecido por el patriarcado, y articulado en torno al matrimonio heterosexual monógamo, la sexualidad de la mujer se limita al marco del matrimonio, y se despliega de manera casta, controlada, no promiscua y en la que aparece más como objeto deseado que como sujeto deseante. Este modelo de sexualidad excluye muchas conductas concretas consideradas ilícitas (sexo con más de un compañero, sexo fuera del matrimonio, sexo con alguien de otra etnia o raza, sexo con otra mujer, prácticas diferentes al coito vaginal, sexo antes y/o después del matrimonio, etc.). La mujer que se desvía de dicho patrón y se salta esas reglas es catalogada como puta o prostituta, incluyendo a la mujer que coyuntural o regularmente intercambia sexo por dinero. Esa desviación de la norma se considera socialmente tan relevante que se convierte en definitiva y la mujer catalogada en esa categoría arrastra el estigma de por vida. Así, la prostitución acaba otorgando identidad a la mujer que la ejerce o ha ejercido, es decir, una mujer “es” prostituta, no “ejerce” o “trabaja” como tal.

Esa dimensión se hace más evidente cuando se establece una comparación con los hombres que venden sexo por dinero, cuya consideración social está lejos de ser la misma. En el imaginario social vigente un prostituto es un *gigoló*, lo que adquiere una connotación casi lúdica, entendido como un hombre que se divierte practicando el sexo con muchas mujeres y además percibiendo dinero por ello. En el caso de que se vierta algún tipo de crítica o reproche social, éste se refiere a su actividad y no a su persona como en el caso de las mujeres.

El **estigma da soporte a todo tipo de opresiones y discriminaciones** a las que con frecuencia las mujeres en situación de prostitución se enfrentan (fundamentalmente a una merma de derechos de diverso tipo y a una mayor exposición a agresiones verbales y físicas). Pero también dibuja una línea divisoria, como ya se apuntaba, que delimita el comportamiento de las mujeres so pena de ser estigmatizadas. El estigma opera así sobre todas las mujeres, excluyendo a unas y amenazando a otras: potencialmente cualquier mujer puede sufrir el peso del mismo, sobre todo si realiza conductas transgresoras a la norma. El estigma de “puta” socializa a las mujeres desde la infancia de acuerdo con los

¹⁴ Este aspecto está muy bien analizado en la tesis doctoral de Gemma Nicolás Lazo, presentada en la Universidad de Barcelona, sobre *La reglamentación de la prostitución en el Estado español. Genealogía jurídico-feminista de los discursos sobre prostitución y sexualidad*.

¹⁵ Al menos en el conjunto de las sociedades, si bien en este punto hay matizaciones que realizar. Así, en algunos modelos de respuesta a la prostitución, como en el modelo sueco, el ordenamiento jurídico traslada la condena social y legal al hombre que consume prostitución (o prostituidor), al que se penaliza hasta con penas de cárcel, por el ejercicio de una conducta que por Ley se considera una forma de violencia de género. En ese sentido, con la condena legal y social se desplaza el peso del estigma sobre el prostituidor, en primer lugar, y sobre el resto de personas responsables del fenómeno, esto es, reclutadores, traficantes y proxenetas. Las mujeres en situación de prostitución según este modelo nunca son culpables.

cánones de sexo-género sobre cómo vestirse, cómo comportarse, qué puede o no hacer, y cuál debe ser su conducta y su rol sexual.

La presión que el estigma supone haría deseable el emparejamiento monógamo y la sexualidad consentida dentro del matrimonio para las mujeres, por oposición a la sexualidad desplegada en la prostitución. En ese sentido, ésta supone un desafío o una transgresión de los roles sexuales y de género considerados correctos en mujeres. Las mujeres que intercambian sexo por dinero se apartan de la norma, en primer lugar por hacer un uso autónomo de su sexualidad – separando la esfera sexual de la afectiva e independientemente de la opinión masculina –, y en segundo lugar, por tener acceso a una fuente de ingresos económicos propios. Esta ruptura de los roles tradicionales amenazaría el modelo sexual hegemónico y daría cuenta de la *ambivalencia* a este respecto de la prostitución. Esta vertiente se relaciona con ciertas corrientes del feminismo que hablan de la prostitución en términos de autonomía, decisión propia y empoderamiento de las mujeres, como se verá después.

4. LA PROSTITUCIÓN ES UNA MANIFESTACIÓN EXTREMA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO. En vinculación con las componentes anteriores y de manera comprensiva de todas esas componentes, una de las claves para entender el fenómeno de la prostitución y para el desarrollo de cualquier análisis, es su consideración como una manifestación de la violencia de género.

La prostitución y la trata de mujeres con fines de explotación sexual representan un claro ejercicio de poder por parte de los hombres sobre las mujeres y la realización de la sexualidad masculina desde una posición dominante, intrínseca a su situación de preeminencia en el contexto de las relaciones de género. En el imaginario social del patriarcado, del que ya sea venido hablando, las mujeres sólo tienen como opción acceder a las demandas masculinas, estar disponibles, lo que se traslada a todos los ámbitos de la vida de las mujeres, incluido el ámbito sexual.

La subordinación a los deseos sexuales de un hombre, contrarios al propio consentimiento y deseo sexual y atentatorias contra la libertad sexual personal, suponen la existencia de violencia, agravada en el caso de la prostitución por la intermediación de una retribución o transacción económica que, vulnerando los derechos inalienables de las mujeres, viene a legitimar la violencia sexual remunerada. En la relación entre prostituta y prostituidor nunca hay una relación de igual a igual sino una relación de poder de uno sobre la otra, lo que se relaciona con las frecuentes agresiones y abusos verbales y físicos a que las mujeres en situación de prostitución se ven sometidas¹⁶. Según las tesis de la bibliografía abolicionista, la forma en que los hombres se socializan sustenta la construcción de una determinada manera de entender la sexualidad y legitima el consumo de prostitución.

La prostitución, por tanto, construye, mantiene y perpetúa la desigualdad, la discriminación y la dominación de los hombres sobre las mujeres, la violencia sexual machista y se configura, según lo ya expuesto, como una forma de violencia de género y no una opción libremente elegida por quienes son obligadas a ejercerla o carecen de otras posibilidades¹⁷. Buena parte de los operadores jurídicos a nivel internacional consideran que la prostitución y la trata de mujeres con fines de explotación sexual merman la dignidad de la mujer,

¹⁶ En este sentido, las mujeres prostituidas tienen más riesgo de violencia de género que el resto de las mujeres, y legalmente no suele encontrarse tipificada de forma específica: <http://www.europapress.es/nacional/noticia-gobierno-precisa-asesinar-prostituta-no-violencia-genero-20140323113949.html>

¹⁷ La consideración de la prostitución de mujeres como una forma de violencia de género sigue siendo sujeto de controversia ideológica y científica y entra de lleno en la cuestión de los debates sociales y de los diferentes modelos de respuesta a esta realidad, que se analizarán en un punto ulterior.

atentan contra sus derechos más elementales y son manifestaciones de violencia de género.

La consideración de la prostitución desde el enfoque internacionalmente respaldado, entraña la asunción de que ésta no es una realidad irrevocable sino que se puede erradicar, de que no es un trabajo, por tanto susceptible de regulación, y de que toda prostitución se ejerce siempre desde la fuerza y no desde una supuesta voluntariedad o autonomía de la persona. También de que tiene un impacto determinante en la igualdad entre mujeres y hombres y que de ésta no es posible sin su erradicación por cuanto socava las bases para la construcción de dicha igualdad.

Una vez realizadas estas consideraciones iniciales sobre el objeto de este estudio, conviene detenerse en algunos aspectos complementarios como las intersecciones entre la prostitución y la trata de mujeres con fines de explotación sexual.

3.2. Prostitución y trata de seres humanos con fines de explotación sexual

3.2.1. Prostitución, trata y violencia contra las mujeres en el ámbito jurídico internacional

La prostitución es un fenómeno de nuestras sociedades que no puede separarse de la trata de mujeres con fines de explotación sexual. Ambas realidades van de la mano en el marco de sociedades que consienten y hacen posible¹⁸, aunque sea “con la nariz tapada”, que haya hombres que demanden esa prostitución y compren los cuerpos de las mujeres, y que haya mujeres en situación de prostitución para atender a esa demanda.

Como explicita el **II Plan contra la Explotación Sexual y la Atención a la Prostitución en la ciudad de Madrid**¹⁹, “(...) *la prostitución femenina está asociada a las seculares desigualdades entre hombres y mujeres y las diferentes relaciones de poder entre unos y otras. Erradicar la prostitución femenina pasa inevitablemente por erradicar la demanda de servicios sexuales a cambio de dinero, es decir, incidir directamente sobre la demanda. Ello supone, por un lado, dirigir acciones específicas hacia los demandantes de servicios sexuales y por otro lado, transformar un imaginario social que perpetúa la idea de que las mujeres, los cuerpos de las mujeres, pueden ser objeto de comercio y consumo (...)*”. En el mismo sentido se pronunciaba el **Plan Integral contra la Trata de Seres Humanos** (2010) del extinto Ministerio de Igualdad, según el cual “(...) *no se puede desvincular el fenómeno de la trata del de la prostitución (...)*²⁰”.

Con frecuencia en los medios de comunicación, en los escasos debates públicos al respecto, incluso en las revistas científicas o en los ámbitos académicos, se hace referencia a la prostitución y a la trata como dos hechos escindidos, no relacionados. Si bien es cierto que conceptualmente son cosas diferentes, ambas se manifiestan de manera conjunta, como se explicaba anteriormente, siendo la demanda de prostitución el elemento catalizador de la trata. Ambos aspectos forman parte del mismo fenómeno y se requiere de ambos para realizar cualquier análisis omnicompreensivo al respecto.

¹⁸ Algunos estudios hablan de “sistemas prostitucionales” o de “sociedades prostituyentes”.

¹⁹ http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Ayuntamiento/Servicios-Sociales/II-Plan-contra-la-Explotacion-Sexual?vgnextfmt=default&vgnextoid=aa5d734539c6c310VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vgnnextchannel=fe8a171c30036010VgnVCM1000000dc0ca8c0RCRD&WT.ac=Plan_CESAP_II_Plan_contra_la_explotacion_sexual

²⁰ http://www.msssi.gob.es/ssi/violenciaGenero/tratadeMujeres/planIntegral/DOC/PlanIntegralTSHconFES_Cst.pdf

De hecho, esta concepción ha venido adquiriendo un progresivo respaldo en el ámbito jurídico internacional por diferentes instrumentos legislativos de salvaguardia de los derechos de las mujeres y las niñas.

Así, el **Convenio del Consejo de Europa sobre la lucha contra la trata de seres humanos (2002)** establecía que:

“(...) la trata de seres humanos constituye una violación de los derechos de la persona y un atentado contra la dignidad y la integridad del ser humano y puede conducir a una situación de esclavitud para las víctimas (...).”

La trata, en dicho sentido, constituye una violación de los derechos humanos de las personas y un atentado contra su dignidad e integridad, además de una forma de discriminación contra las mujeres en virtud de su condición de violencia de género. En este sentido, el art.1 de la **Convención sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer de Naciones Unidas (1979)** ya establecía que:

“(...) A los efectos de la presente Convención, la expresión «discriminación contra la mujer» denotará toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera (...).”

Con posterioridad la **Recomendación General nº19, sobre violencia contra la mujer, del Comité de Naciones Unidas para la Eliminación de la Discriminación de la Mujer**, aclaraba que la definición de discriminación estipulada en el art.1 mencionado, incluía la violencia de género, *“(...) una forma de discriminación que impide gravemente el goce de derechos y libertades en pie de igualdad con el hombre (...).”*, la cual incluye *“(...) actos que infligen daños o sufrimiento de índole física, mental o sexual, amenazas e cometer esos actos, coacción y otras formas de privación de libertad (...).”* Siguiendo esta Recomendación, si bien no todos los actos de violencia contra la mujer están basados en el género, la trata se identifica como un acto de violencia contra la mujer que es incompatible contra la igualdad en el disfrute de los derechos por parte de las mujeres y con el respeto de sus derechos y de su dignidad, lo que las expone especialmente a la violencia y a los abusos.

Así pues, la diferente normativa internacional ha ido progresivamente estableciendo las conexiones existentes entre prostitución, trata y ejercicio de la violencia de género sobre las mujeres, como muestra la **Declaración de las Naciones Unidas sobre la eliminación de la violencia contra la mujer** del año 1993, cuyo artículo 2 establece que la violencia contra la mujer abarca:

“(...) la violencia física, sexual y psicológica perpetrada dentro de la comunidad en general, inclusive la violación, el abuso sexual, el acoso y la intimidación sexuales en el trabajo, en instituciones educacionales y en otros lugares, la trata de mujeres y la prostitución forzada (...).”

En el ámbito de la Unión Europea se han ido adoptando diferentes instrumentos en el mismo sentido, el último de los cuales ha sido la **Resolución del Parlamento Europeo de 26 de febrero de 2014, sobre explotación sexual y prostitución y su impacto en la igualdad de género**²¹. Esta Resolución ha avanzado un paso más en la lucha contra ambos fenómenos.

²¹ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2014-0162+0+DOC+XML+V0//ES> .

La Resolución vincula la prostitución y la trata al ejercicio de la violencia sobre las mujeres y a la desigualdad de género:

*(...) 1. Reconoce que la prostitución, **la prostitución forzada y la explotación sexual son cuestiones con un gran componente de género** y constituyen violaciones de la dignidad humana contrarias a los principios de los derechos humanos, entre ellos la igualdad de género, y, por tanto, son contrarias a los principios de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, incluido el objetivo y el principio de la igualdad de género;*

*3. Destaca que **hay diversos vínculos entre prostitución y tráfico de personas, y reconoce que la prostitución – a nivel y en toda Europa– alimenta el tráfico de mujeres y mujeres menores de edad vulnerables**, un alto porcentaje de las cuales tiene entre 13 y 25 años; destaca que, como muestran los datos de la Comisión, la mayoría de las víctimas (62 %) son objeto de trata con fines de explotación sexual, constituyendo las mujeres y las mujeres menores de edad el 96 % de las víctimas, identificadas o supuestas, y que el porcentaje de víctimas de países no pertenecientes a la UE ha aumentado en los últimos años;*

*10. Reconoce que **la prostitución y la prostitución forzada pueden tener un impacto en la violencia contra las mujeres en general**, ya que las investigaciones sobre los usuarios de servicios sexuales muestran que los hombres que pagan por sexo tienen una imagen degradante de la mujer; sugiere, por consiguiente, a las autoridades nacionales competentes que la prohibición de comprar servicios sexuales vaya acompañada de una campaña de sensibilización de los hombres;*

*13. Hace hincapié en **que la normalización de la prostitución incide en la violencia contra la mujer**; señala, en particular, que los hombres que compran sexo son más proclives a cometer actos sexuales coercitivos, así como otros actos de violencia, contra las mujeres y que, con frecuencia, muestran actitudes misóginas;(...)"*

Además, la Resolución se muestra en desacuerdo con la idea de la prostitución ejercida voluntariamente, sino que establece lazos entre el ejercicio de la prostitución y situaciones de desigualdad, opresión y/o necesidad que la explican, así como al estigma que portan las mujeres en situación de prostitución, las cuales son especialmente vulnerables a la violencia. Por otro lado, se opone a la posibilidad de regularizarla como si se tratara de un trabajo convencional:

*(...) 11. **Subraya que las personas prostituidas son especialmente vulnerables** desde el punto de vista social, económico, físico, psíquico, emocional y familiar y corren más riesgo de sufrir violencia y daños que en cualquier otra actividad; destaca que se debe alentar, por lo tanto, a las fuerzas de policía nacionales a abordar, entre otras cosas, las bajas tasas de condena por violación de prostitutas; hace hincapié en que las personas prostituidas son **asimismo objeto de oprobio público y están socialmente estigmatizadas, incluso si dejan de ejercer la prostitución**;*

14. Señala que entre el 80 y el 95 % de las personas que se prostituyen ha sufrido alguna forma de violencia antes de empezar a ejercer la prostitución (violación, incesto, pedofilia), el 62 % declara haber sufrido una violación y el 68 % sufre trastornos de estrés postraumático, un porcentaje similar al de las víctimas de tortura;

*34. Opina que considerar la **prostitución como un «trabajo sexual» legal**, despenalizar la industria del sexo en general y legalizar el proxenetismo no es la solución para proteger a las mujeres y las mujeres menores de edad de la violencia y explotación, sino que produce el efecto contrario y aumenta el riesgo de que sufran un mayor nivel de violencia, al tiempo que se fomenta el crecimiento de los mercados de la prostitución y, por tanto, el número de mujeres y mujeres menores de edad víctimas de abusos;(...)"*

La Resolución del Parlamento Europeo también se refiere al papel de los medios de comunicación en la cosificación de la mujer, en la generación y reproducción de modelos e ideas preconcebidas sobre las relaciones de género, y por tanto, en su responsabilidad en el fenómeno de la prostitución y de la trata:

“(…) 22. Atrae la atención sobre el hecho de que la **publicidad de servicios sexuales en los periódicos y medios de comunicación** sociales puede ser un modo de apoyar la trata de personas y la prostitución;

24. Atrae la atención sobre algunos efectos, en su mayoría negativos, de la **producción de los medios de comunicación de masas y la pornografía, especialmente en internet**, en la creación de una imagen desfavorable de la mujer, que puede tener como efecto el desprecio de la personalidad humana de la mujer y su presentación como una mercancía; advierte de que la libertad sexual no debe interpretarse como una licencia para despreciar a las mujeres;

25. Hace hincapié en que la **normalización de la prostitución** afecta a la percepción de los jóvenes de la sexualidad y de la relación entre hombres y mujeres; (…)”.

Finalmente, la Resolución ha hecho una propuesta no exenta de controversia, para la despenalización de las mujeres en situación de prostitución y la adopción de modelos de respuesta europeos al estilo nórdico, de carácter abolicionista, que penalicen al usuario de prostitución o prostituidor como método de lucha, no sólo contra la prostitución sino también contra la trata, que viene inducida por la demanda:

“(…) 26. Subraya que **no debe penalizarse a las personas que ejercen la prostitución** y pide a todos los Estados miembros que deroguen la legislación represiva contra las personas que ejercen la prostitución;

28. Cree que la **reducción de la demanda** debe formar parte de una estrategia integrada contra la trata en los Estados miembros;

29. Considera que una manera de luchar contra el tráfico de mujeres y mujeres menores de edad con fines de explotación sexual y de mejorar la igualdad de género es el **modelo aplicado en Suecia, Islandia y Noruega** (el denominado modelo nórdico), que se está estudiando en diversos países europeos, en el que el delito lo constituye la compra de servicios sexuales, no los servicios de las personas que ejercen la prostitución; (…)”

La legislación internacional ha evolucionado, en definitiva, en el sentido de atender a ambos aspectos como parte íntegra de un todo al que hay que dar una respuesta global, pese a la dificultad de obtener datos que permitan dimensionarlo y caracterizarlo con fiabilidad.

3.2.2. El negocio de la trata y la demanda de prostitución: una correlación necesaria

Según se ponía de manifiesto en el epígrafe anterior, sobre la trata de mujeres con fines de explotación sexual, la prostitución y el negocio que toda esa actividad supone en España y a nivel mundial, existen pocos datos disponibles²², de manera que resulta difícil realizar una cuantificación al respecto:

- La Resolución del PE (2014) ya mencionada, cuantifica entre 40 y 42 millones el número de mujeres y niñas forzadas a prostituirse en todo el mundo. Según el portal web Havocscope²³, los ingresos mundiales por prostitución alcanzarían los 186.000 millones de dólares anuales.
- Los datos de la UNODC (2010), que son citados por numerosas fuentes e instituciones, se referían a una estimación de 1.000.000 de mujeres en situación de prostitución en Europa, con un número aproximado de 70.000 nuevas mujeres tratadas anualmente para su

²² El hecho de que se trate de una actividad que trasvasa las fronteras de lo legal tiene como consecuencia esta falta general de datos fiables y comparables geográfica y longitudinalmente.

²³ Un portal que hace un seguimiento de las actividades de mercados negros o ilegales: <http://www.havocscope.com/prostitution-revenue-by-country/>

explotación sexual, lo que generaría un volumen de negocio de unos 2.500 millones de euros anuales. Este estudio demuestra cómo la mayoría de las mujeres en situación de prostitución en Europa son de origen extracomunitario, tratadas, y una progresiva diversificación de las nacionalidades de origen. Entre ellas hay muchas menores.

El estudio estimaba, asimismo, que del total de personas tratadas mundialmente, dos tercios son mujeres y que el 79% de las víctimas de todas las modalidades de tráfico de seres humanos, lo son para explotación sexual. La explotación sexual resulta, según todos los análisis consultados, la forma de trata de personas detectada con más frecuencia y que progresivamente va ganando terreno a otros negocios de carácter ilegal como el tráfico de drogas o de armas.

En España la mayoría de las fuentes estiman que la prostitución es ejercida por entre 300.000²⁴ y 400.000 mujeres²⁵. Asimismo, el Informe del Departamento de Estado de EE.UU. sobre tráfico de personas 2013²⁶, afirma que en España el 90% de las mujeres en situación de prostitución están bajo el control de las redes de tráfico internacional de personas. Esta actividad generaría un volumen de dinero negro de entre 12.000 y 18.000 millones de euros cada año en nuestro país²⁷. Este volumen de negocio, así como la existencia de 1.500 clubes de alterne²⁸, entre otros indicadores, hablan de la pujanza de un sector de actividad en un país que pasa por ser uno de los mayores “prostíbulos de Europa”. Es cierto que España representa un valor atípico en Europa (39%)²⁹, y que según los datos manejados por UNODC, las cifras globales de hombres que consumen prostitución estarían en torno al 19%³⁰.

La pujanza de la prostitución en España no es casual y se relaciona con una actitud social tolerante hacia este fenómeno, como se mencionaba previamente. Así, el 77,6% por las personas encuestadas por el CIS (2008) están de acuerdo en que la prostitución es un fenómeno inevitable y que debería regularizarse³¹. Además, como ya se señalaba, los datos del INE (2003)³² revelaban que uno de cada cuatro españoles entre 18 y 49 años habría sido consumidor de prostitución al menos una vez en su vida.

Estas actitudes extendidas socialmente alientan una demanda que aparentemente, está lejos de involucionar. La prostitución se ha normalizado en el paisaje y aunque se denosta la actividad y a las mujeres que la ejercen, el consumo de prostitución ni se cuestiona ni se reprueba, de ahí que pueda considerarse que existe una alta tolerancia social hacia lo que en este estudio consideramos una forma de ejercicio de la violencia de género.

No es el objeto de este análisis profundizar en las diferentes dimensiones de la demanda de prostitución, que requeriría de un estudio aparte, pero resulta de interés realizar algunas acotaciones al respecto, al menos en lo que a España se refiere, y en sus conexiones con la trata y la tolerancia social hacia el vulgarmente denominado “sexo de pago”.

La **clientela de prostitución** no ha merecido la suficiente atención, al menos hasta la década de 2000, en que han empezado a realizarse algunos trabajos de divulgación al respecto, siendo antes

²⁴ Según APRAMP.

²⁵ Datos procedentes del Informe de la Ponencia sobre la Prostitución en España para la Comisión mixta de los Derechos de la Mujer y de la Igualdad de Oportunidades en las Cortes Generales (2007).

²⁶ 2013 The Trafficking in Persons (TIP) Report en: <http://www.state.gov/j/tip/ris/tiprpt/index.htm>

²⁷ Datos procedentes del Informe de la Ponencia sobre la Prostitución en España para la Comisión mixta de los Derechos de la Mujer y de la Igualdad de Oportunidades en las Cortes Generales (2007). Havocscope cuantifica que esos ingresos llegarían en España a los 26.500 millones de dólares (19.000 millones de € aproximadamente) en la actualidad.

²⁸ Datos de ANELA, Asociación Nacional de Empresarios de Locales de Alterne.

²⁹ Un valor anormalmente elevado para la media europea.

³⁰ Con diferencias porcentuales muy importantes entre áreas geográficas y a su vez, entre países, y siempre con la prudencia en la interpretación que los datos disponibles demandan.

³¹ CIS (2008). Estudio 2738. *Actitudes y prácticas sexuales*.

³² Encuesta Nacional de Salud y Hábitos Sexuales (2003).

el papel y la responsabilidad del cliente un aspecto invisibilizado, en la sombra. Los análisis existentes han tratado, paulatinamente, de conocer y trazar una genealogía de estos clientes, sus características, motivaciones y particularidades y en la actualidad es posible distinguir una cierta polarización en los análisis en cuanto a la participación y el protagonismo del prostituidor en el fenómeno de la prostitución y la trata.

En lo que al **perfil del consumidor de prostitución**, buena parte de los análisis sugieren que los clientes de prostitución tienen un perfil diversificado en términos de edades, nivel socioeconómico, nivel de estudios terminados, estado civil, o cargas familiares³³, lo que descarta la idea de la existencia de un perfil “tipo” de cliente y se relaciona con la heterogeneidad que se manifiesta en los hombres que ejercen otras formas de violencia de género. La clientela está compuesta por hombres “normales”, corrientes. En este sentido una nueva corriente de análisis en los últimos años pretende estudiar la figura del cliente desde otros enfoques, tratando de romper lo que a su juicio constituyen estereotipos que necesitan ser deconstruidos, y denunciando la criminalización a la que se somete a estos hombres, a los que desde la adopción de determinadas políticas públicas y líneas de pensamiento, se está condenando a la clandestinidad³⁴.

Los estudios desarrollados para conocer la **narrativa de los consumidores de prostitución** han demostrado la prevalencia de imaginarios tradicionales y patriarcales, con arquetipos clásicos de mujeres que van de la “virgen”, la “madre-esposa” a la “viciosa, mujer objeto”. Con frecuencia los clientes reflejan una ociosidad y frivolidad en sus narrativas sobre el consumo de la prostitución que contrasta claramente con el dramatismo con el que con frecuencia, las prostitutas viven esa situación, un contexto además que dista mucho de las imágenes y fantasías reflejadas por los clientes sobre sus propias mujeres y entorno: las mujeres en situación de prostitución suelen ser inmigrantes sin recursos económicos, que somatizan las relaciones de dominación en el propio cuerpo, que sufren diversos grados de daño físico y psicológico y compensan mediante diferentes estrategias (drogas, alcohol, etc.). La mayoría de los clientes o prostituidores desprecia públicamente a las mujeres en situación de prostitución considerándolas “putas”, y algunos de ellos consideran que ser “puta” va más allá del ejercicio de la prostitución, siendo una actitud o forma de comportarse sexualmente³⁵.

También se detectan **contradicciones y conflictos en los discursos** de estos hombres, sobre todo en aquellos que empatizan con las prostitutas, que reconocen la dura situación de ellas pero paradójicamente, contribuyen como clientes a perpetuarla. Esa disociación la resuelven al modo tradicional, diferenciando entre las mujeres buenas (madres abnegadas, sacrificadas, etc.) y las mujeres malas (falsas, manipuladoras, aprovechadas, etc.). En general los prostituidores hacen una distinción entre dos modelos de mujer: las de ámbito privado y las de uso público (a través de la prostitución). Para este grupo de hombres, la sexualidad femenina debe quedar bajo el control masculino.

Mención aparte merecen los estudios desarrollados durante más de veinte años, en el contexto sueco por Sven-Axel Månsson³⁶, sobre las prácticas de los hombres en prostitución. La conclusión de este investigador es que la prostitución es una cuestión masculina, porque se relaciona con su sexualidad y no con la de las mujeres, afirmando taxativamente que sin una demanda masculina de mujeres prostitutas, éstas no existirían. Y que el gran cambio en las políticas de atención y respuesta

³³ Resultan esclarecedores los resultados, a este respecto, del estudio de la Comisión para la Investigación de los Malos Tratos a Mujeres sobre *El cliente de prostitución: de invisible a responsable* (2008) realizado con una muestra de 1.000 hombres de la Comunidad de Madrid.

³⁴ Un ejemplo de estos análisis lo constituye *Una aproximación etnográfica a la prostitución: cuando las trabajadoras sexuales hablan de los clientes* (2012) de José López Riopedre, en la Revista Española de Sociología nº18.

³⁵ Según los resultados de la encuesta del estudio de la Comisión para la Investigación de los Malos Tratos a Mujeres.

³⁶ Su trabajo más célebre es *Las prácticas de los hombres clientes de la prostitución* (2001).

a este fenómeno ha de pasar por una reconsideración radical de la responsabilidad de los hombres en la prostitución, que han de dejar de ser invisibles y situarse en el centro de la cuestión.

Para Månsson, la demanda de prostitutas, que incluye la trata de mujeres con fines de explotación sexual hacia los países occidentales y el flujo de hombres occidentales hacia países menos desarrollados en turismo sexual, es una cuestión global, un floreciente negocio que se expande progresivamente.

Habría una primera tipología de clientes según la **frecuencia** en que consumen prostitución. La mayoría de los hombres sólo lo harían de manera ocasional y una minoría, habitualmente.

Por lo que se refiere a los **discursos y las narrativas** por las cuales los hombres consumen prostitución, este investigador define cinco narrativas: los primeros alimentan la fantasía de la “puta guarra”, expresión de sentimientos contradictorios de fascinación y desprecio, atracción y asco hacia la mujer; el segundo grupo de hombres parten de la idea de que ciertas formas de relaciones sexuales no pueden ser experimentadas con mujeres que no son prostitutas; un tercer grupo de hombres engloba a aquellos que por alguna discapacidad, por razones de edad, timidez o por miedo, acuden a la prostitución; otro grupo, básicamente de jóvenes, tienen una visión de los papeles sexuales que está definida por las imágenes que la sociedad produce a través de la pornografía, la publicidad y los programas de ocio, esto es, mercantilista; finalmente otra categoría estaría compuesta por aquellos hombres anti-feministas, que consumen prostitución como reacción a la pérdida de derechos que suponen las sociedades cada vez más igualitarias.

En definitiva estos estudios ponen de relieve la existencia de una dimensión socio-psicológica en los consumidores de prostitución, en la que operarían a un tiempo las necesidades de satisfacer una demanda sexual y/o la necesidad de dar solución a problemas que estos hombres manifiestan en sus relaciones con las mujeres en general, todo ello en un contexto dinámico de tensiones entre las imágenes nuevas y viejas de los hombres y las masculinidades, y la consolidación de los roles masculinos tradicionales de comportamiento.

En definitiva, y por concluir este epígrafe, los análisis sobre la clientela de prostitución han alcanzado una mayor relevancia en los últimos años y han tendido a expresar una polarización en las posiciones académicas, políticas y sociológicas, sobre su papel y participación en este fenómeno. Ciertamente, a la luz de los análisis realizados, no se pueden establecer afirmaciones concluyentes sobre la identidad, la tipología o las motivaciones de estos hombres, si bien hay un cierto consenso sobre la persistencia de imaginarios tradicionales y patriarcales en sus narrativas, así como en la significativa influencia que su demanda de prostitutas tiene en la trata de mujeres con fines de explotación sexual.

3.3. La prostitución como problema social: ¿existe un debate público sobre la misma?

La prostitución, en todas las dimensiones y con todas las vertientes e implicaciones expuestas hasta el momento, constituye una formidable problemática social que demanda respuestas diversas e integradas, de carácter político, policial y judicial, asistencial, sanitario, laboral, educativo, etc. Lo cierto es que, ante este problema social ha habido en cada sociedad y momento histórico, diferentes formas de respuesta que han oscilado siempre en una gradación variable entre la regulación-legalización de la actividad, y la prohibición-abolición de la misma³⁷.

³⁷ Estos modelos de respuesta está bien descritos, entre otros, en la tesis doctoral de M^a Francisca Corbalán, dirigida por Raquel Osborne, *Prostitutas de calle en Madrid en los inicios del nuevo milenio: discursos y realidades sobre prostitución en el marco de la perspectiva de género* (2012).

Por lo que respecta a este problema social en la España de 2014, puede afirmarse que no existe un debate público al respecto, o al menos no de la magnitud y con el interés en que éste se manifiesta en otros países de nuestro entorno: la prostitución y la trata de seres humanos con fines de explotación sexual no constituyen una inquietud social mayoritaria, como se desprende de los barómetros y encuestas de opinión y también como se refleja los medios (frecuencia de apariciones, nivel de análisis, tratamiento de la información, etc., tal como se verá a lo largo de este estudio). Pese a la aparente falta de debate público al respecto, se han visto en años recientes intentos diversos por parte de las administraciones públicas, fundamentalmente las locales, de tomar medidas de distinto signo y tipología para atajar esta actividad, si bien no hemos asistido a un intento de respuesta global, integrada y coordinada que pueda atender a un tiempo a los distintos frentes que esta problemática plantea.

En España, puede decirse que el único debate acerca de la prostitución se ha producido en el seno del **movimiento feminista** que desde los años 80, se ha escindido en dos posturas prácticamente irreconciliables³⁸, influidas por los debates que en el ámbito europeo, y particularmente anglosajón, se habían venido produciendo con anterioridad. Estas dos corrientes ideológicas del feminismo en torno al problema de la prostitución se distinguen fundamentalmente en su concepción del problema, en los argumentos empleados, en la terminología utilizada y en las soluciones propuestas, tal y como se verá a continuación.

1. La primera de estas corrientes feministas de pensamiento³⁹ es aquella que defiende que la **prostitución es una opción libremente elegida** por las mujeres que la ejercen, a las que la sociedad, la Administración, la opinión pública, los partidos políticos e incluso una parte del propio movimiento feminista, se niegan a escuchar y a quienes se priva de voz, negándoles su interlocución.

Según esta corriente, identificar la prostitución con el ejercicio de la **violencia de género** sólo ha servido para confundir este fenómeno con otras cuestiones concomitantes como los abusos, la marginalidad o la violencia con la que las prostitutas, casi siempre inmigrantes, se han tenido que enfrentar desde su situación de vulnerabilidad, se ha victimizado a estas mujeres de pobres y emigradas, categorizándolas a todas de víctimas de la trata cuando la realidad no es esa. Es necesario establecer soluciones concretas, según esta corriente, desde dos planteamientos distintos: uno, destinado a combatir e impedir la trata de mujeres con fines de explotación sexual, y otro, dirigido a **dignificar las condiciones de trabajo y a aportar mayor seguridad** al resto de las prostitutas, que según esta corriente, son la mayoría.

La prostitución puede ser una opción libremente elegida, no sólo por mujeres españolas sino también por las mujeres inmigrantes que voluntariamente eligen trabajar prestando servicios sexuales, lo que posibilita no tener que realizar otros tipo de trabajos penosos y mal remunerados (en los que con frecuencia se producen abusos), les permite empoderarse como mujeres y obtener ingresos económicos propios, mejorando sus condiciones de vida y adquiriendo una autonomía personal de la que probablemente carecieran en origen.

Así pues, según esta corriente, **tomar medidas punitivas o de abolición de la prostitución** o ilegalizarla, con carácter general, tiene como único efecto empujar a estas mujeres a la clandestinidad lo que puede exponerles a mayores situaciones de violencia y exclusión, y a la proliferación de mafias y chulos que les exploten.

³⁸ Bien es cierto que en el seno del debate feminista, se han invisibilizado las voces de las mujeres inmigrantes o las posturas, por ejemplo, del feminismo negro, que podrían agregar matices de interés a esta controversia.

³⁹ Algunas de las pensadoras y académicas alineadas en esta posición son Raquel Osborne, Cristina Garaizábal, Dolores Juliano, Montse Neira y el movimiento feminista agrupado en torno al colectivo Hetaira.

Siguiendo con estos argumentos, es necesario reconocer la capacidad de decisión y la autonomía de estas trabajadoras del sexo, darles voz, no perseguirlas ni acosarlas y no tomar medidas represivas contra ellas. La penalización al cliente, según este enfoque, tampoco es efectiva porque revierte en condiciones de mayor inseguridad para estas trabajadoras, espanta a los clientes y en definitiva, impide el normal ejercicio de su profesión. Además, la adopción de medidas de abolición de la prostitución, sin soluciones alternativas para la supervivencia de estas mujeres y sus familias, las condenan a la pobreza y la exclusión.

Asimismo, esta corriente ideológica se opone a la **prohibición de la publicidad de prostitución** en los medios de comunicación primeramente, porque la prostitución no es una actividad ilegal de ahí que no sea legítimo prohibir esta publicidad; pero también porque la publicidad permite ofrecer sus servicios y captar a la clientela por parte de aquellas que, desde la voluntariedad y la autonomía, no quieren exponerse a hacerlo en lugares públicos y es un medio que les otorga un mayor control sobre su negocio (clientes, servicios, condiciones).

Este movimiento además, reivindica la eliminación del **estigma** a estas mujeres y el uso de la **palabra “puta”**, que es necesario despojar de sus connotaciones peyorativas, reconociendo su capacidad de autoafirmación y su componente transgresor de los modelos de sexualidad normativa vigentes, en un acto que se considera de afirmación feminista de primer orden por parte de estas mujeres. A este respecto, esta corriente cree necesario abandonar la doble moral, el puritanismo y las soluciones moralistas propuestas desde las otras posiciones en lo tocante al sexo.

En definitiva, como **principales reivindicaciones** o soluciones al problema se demandan una dignificación de la imagen de estas mujeres, así como el reconocimiento legal de la prostitución como trabajo, la regulación de las relaciones laborales cuando median terceros, el reconocimiento de sus derechos en tanto que trabajadoras y la negociación de zonas para que quienes captan su clientela en la calle puedan trabajar en mejores condiciones. La Ley ha de amparar y proteger los derechos de estas mujeres frente a las abusivas condiciones empresariales de los clubes de alterne, y así evitar que puedan ser explotadas por ellos (horarios abusivos, imposición de la clientela y de los servicios sexuales que proveen, porcentajes abusivos del trabajo que realizan, etc.).

Así pues, esta primera corriente o posición del movimiento feminista en nuestro país se alinea con los **modelos de respuesta pro-reguladores o legalistas** como el ensayado en los Países Bajos, que se abordará con posterioridad en este documento.

2. La segunda de estas corrientes mantiene tesis opuestas en buena parte de las dimensiones analizadas⁴⁰.

Según este segundo enfoque, **no puede haber un debate entre prostitución forzada y prostitución voluntaria** porque la prostitución siempre es forzada: es un producto del patriarcado y de las relaciones desiguales de género que en él se establecen. El sistema de organización patriarcal se asienta en el ejercicio de relaciones de dominación de los hombres sobre las mujeres, que incluye el ejercicio de poder para acceder a su cuerpo. En ese contexto toda prostitución es forzada, nadie la ejerce voluntariamente (por eso las mujeres no son “prostitutas” sino “**mujeres prostituidas**” porque lo son en virtud de las circunstancias de desigualdad y vulnerabilidad que les han llevado a esa situación), y la

⁴⁰ Esta segunda corriente está representada por personalidades como Rosario Carracedo, Lidia Falcón, Ángeles Álvarez, Consuelo Abril, y diferentes organizaciones como la Comisión para la Investigación de los Malos Tratos a Mujeres, la Asociación de Mujeres Separadas y Divorciadas, la Red Feminista contra la Violencia de Género, Cáritas o Médicos del Mundo.

compra de un cuerpo de mujer por parte de un hombre para disfrutar de él, es un ejercicio de violencia de género. En este acto, la transacción económica representa el peaje que legitima el ejercicio de una violación que nunca se consentiría socialmente en otro contexto.

Según esta corriente, el **papel del prostituidor**, que ejerce la violencia, es crítico. El hombre que consume prostitución no puede ser considerado un “cliente” porque, según esta corriente, aceptar tal denominación supone aceptar la compraventa de los cuerpos de las mujeres y reconocer simbólicamente la naturaleza laboral de la prostitución. El prostituidor es el responsable último de que exista la prostitución y cualesquiera otras formas de explotación sexual de las mujeres, y tanto el floreciente negocio de la industria del sexo que se articula en derredor como sus conductas deben ser punidas.

La prostitución nunca puede ser considerada, a la luz de este enfoque, un trabajo o un empleo como los demás, porque es el resultado de las desigualdades estructurales de género y en consecuencia, no puede regularse como tal. La **legalización** de la prostitución, que viene promovida fundamentalmente por las asociaciones de clubes de alterne y los proxenetes, no mejoraría las condiciones de seguridad de las mujeres ni garantizaría la defensa efectiva de sus derechos, porque lo único que conseguiría sería dignificar la industria del sexo, contribuir a expandirla y con ello, estimular la trata de mujeres con fines de explotación sexual, sin contribuir a generar controles sobre la misma.

La legalización tampoco contribuiría según esta corriente, a erradicar la prostitución de la calle, porque fomentaría la competitividad entre mujeres, favoreciendo la aparición de un mercado prostitucional clandestino y desregulado en el que se extremaría la explotación de estas mujeres y empeoraría sus condiciones generales de vida.

La legalización de la prostitución aumentará la demanda de la misma, favoreciendo una mayor aceptabilidad y permisividad social hacia comportamientos que por definición, no pueden considerarse legales sino delictivos. Esto no coadyuva a una mayor igualdad en las relaciones de género. En definitiva, una legalización no contribuiría a mejorar la salud ni la seguridad de las mujeres o a incrementar su rango de autonomía o la capacidad de decisión sobre sus propias circunstancias.

Conceptualmente no existe el trabajo sexual porque lo que existe es **explotación sexual**, fuertemente vinculada a la trata de mujeres con dichos fines. Las políticas de regulación o legalización de la prostitución suponen la aceptación y legitimación simbólica y efectiva de un “sistema prostituyente” que es precisamente lo que hay que combatir hasta su erradicación.

Para esta corriente ideológica, de corte abolicionista, las mujeres y las niñas prostituidas carecen de una **autonomía real y de capacidad de decisión** y/o de control de sus circunstancias porque su contexto es limitante y su supuesta capacidad de actuación se reduce a la fijación de estrategias de supervivencia, de prevención de la violencia y del abuso, y de minimización de las consecuencias de su situación. Las mujeres en situación de prostitución suelen experimentar altos niveles de violencia verbal y física, abusos y mayores tasas de mortalidad que el resto de las mujeres, que les ocasionan serios trastornos de salud mental y física y problemas ginecológicos y reproductivos de por vida. Esto les lleva al consumo de fármacos, drogas, alcohol, etc. para ayudarles a sobrellevarlo. Ninguna mujer en situación de prostitución, aunque pueda manifestar que lo hace libremente, lo hace por gusto sino más bien por hallarse en un contexto en el que carece de alternativas socioeconómicas, que le encamina a aceptar esa opción de supervivencia. En ese sentido, la tesis de la **transgresión de modelos sexuales y del empoderamiento** de las prostitutas es a la luz de este enfoque, un argumento falaz.

En lo relativo **al rol de la prostituta y los modelos de sexualidad normativa vigente**, para este enfoque ideológico aceptar la idea de que haya “trabajadoras sexuales” o legalizar la prostitución no es más progresista que no hacerlo. Las medidas que se tomen para abordar esta problemática afectan no sólo a las prostitutas y a la industria del sexo sino a todas las mujeres y a la sociedad en su conjunto, porque pueden legitimar o deslegitimar el orden patriarcal-sexual en vigor y las formas, aceptables o no, de relacionarse entre mujeres y hombres, esto es, en pie de igualdad o desde la asimetría de poder. Esta es la cuestión de fondo que hay que considerar.

Así pues, en definitiva, esta corriente considera necesario reprimir a los prostituidores, proxenetas y a todos aquellos terceros que explotan o pueden obtener beneficios de las mujeres en situación de prostitución mediante las penas diversas, represión que no ha de alcanzar a las mujeres, para las que hay que definir programas integrales de apoyo que les permita superar y salir de esa situación.

Así pues, esta segunda corriente ideológica se alinea con el **modelo de respuesta** recientemente preconizado desde el Parlamento Europeo **abolicionista** cuyo paradigma es **el caso sueco**, que se abordará con posterioridad en este documento.

En síntesis, puede comprobarse en los postulados teóricos sobre las diferentes vertientes que constituyen esta realidad, una fuerte polarización de ambos enfoques del feminismo español, que en muchos casos, a través de la acción de las organizaciones del Tercer Sector, han llegado a permear en cierto sentido en la vida pública⁴¹. Pero que no ha conseguido agitar a la opinión pública o generar un debate de suficiente calado como para que desde los Poderes Públicos, se aborde con la debida claridad y necesaria contundencia, esta problemática social.

Veamos a continuación que respuestas se dan a estos problemas en los países de nuestro entorno.

⁴¹ Como ya se mencionaba, por la vía de la intervención de las administraciones públicas, fundamentalmente de carácter local.

4. MODELOS EUROPEOS DE RESPUESTA AL FENÓMENO DE LA PROSTITUCIÓN: INICIATIVAS DE ACTUACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En la Unión Europea, como en otros países que abordan el fenómeno de la prostitución desde las políticas públicas, conviven diferentes regímenes jurídicos y modelos de respuesta a la misma.

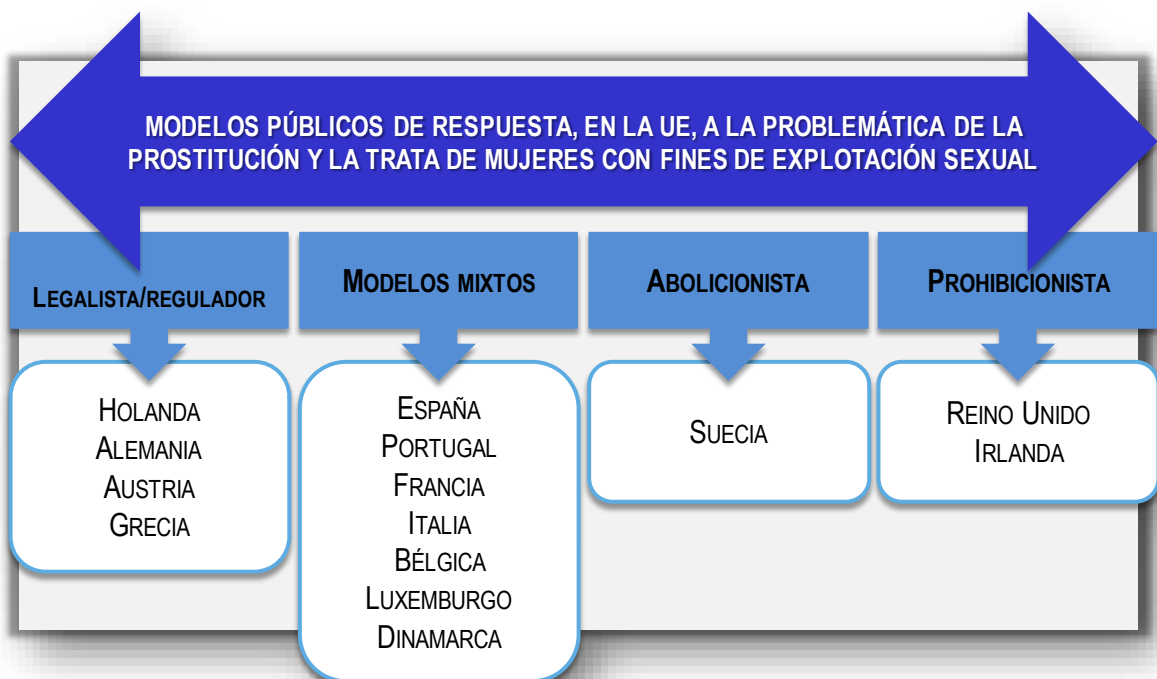
En epígrafes previos de este estudio se ha explicado cómo la respuesta a este problema social ha variado histórica y geográficamente, siempre en una escala oscilante entre los extremos de la legalización y de la prohibición. En la UE ocurre algo similar en la actualidad, con tratamientos jurídicos y políticos diferentes en un abanico de enfoques que basculan entre la prohibición total y la completa legalización, como se muestra a continuación.

España se encontraría, dentro de dicha gradación, en una posición de escasa intervención en el problema, a caballo entre posturas más o menos permisivas.

4.1. Regímenes jurídicos europeos de tratamiento de la prostitución: entre Suecia y Holanda.

En los países de la Unión Europea encontramos, con carácter general, tres amplios modelos de intervención en materia de prostitución, con diferentes matices en su aplicación dependiendo del país de que se trate. Puede afirmarse que, en conjunto, prevalece un enfoque que legaliza o regula parcialmente, de hecho o de derecho, algunos aspectos de la prostitución⁴² y que deslegitima otros aspectos, más que los modelos puros de intervención o respuesta.

El gráfico a continuación, sin pretensión de exhaustividad, resume estas posiciones:

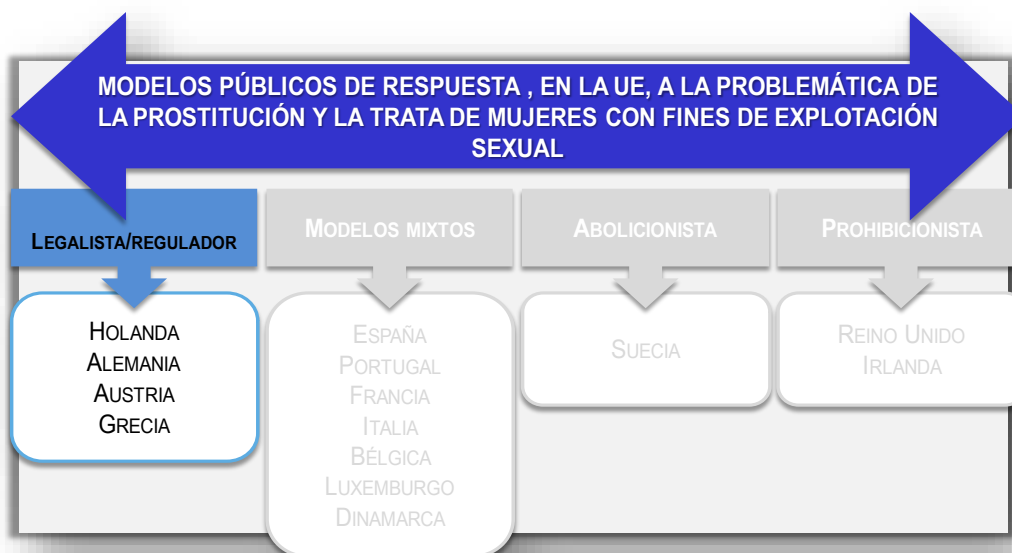


Fuente: Elaboración propia.

⁴² O que se abstiene de sancionarla de manera que por inacción, se tolera desde los Poderes Públicos el status quo en vigor.

4.1.1. El modelo pro-regulador o legalizador: el caso de Holanda.

Holanda constituye el prototipo de modelo pro-regulador o legalista de la prostitución, junto con Alemania, Austria y Grecia, que también desarrollan un modelo de intervención que regula total o parcialmente la prostitución, legitimándola.



- **HOLANDA.** A principios de los años 80 del siglo XX, se dieron los primeros pasos en este país para legalizar la prostitución por parte de las entidades locales. En 1996 empezaron a aplicarse diversas normas con vistas, por un lado, a legalizar la prostitución voluntaria y por otro, a derogar la prohibición sobre los diferentes tipos de burdeles, vigente desde 1911, que entraron definitivamente en vigor en el año 2000⁴³. Esto significa que los "sex club", los burdeles "de escaparate", las casas privadas de citas y las empresas de servicios de acompañamiento (escorts), son ahora empresas legales, siempre que se acojan a los requisitos establecidos por cada Ayuntamiento.

La formulación y el mantenimiento de la política sobre prostitución se han dejado conscientemente a los municipios para que puedan tenerse en cuenta las condiciones específicas del ámbito local. Los Ayuntamientos tienen la potestad de establecer una política de concesión de licencias que incluyen normas sobre las instalaciones, la seguridad y la higiene, así como sobre las condiciones laborales de las trabajadoras (normas en cuanto a la obligación de consumir bebidas alcohólicas con los clientes, de los servicios a prestar, la posibilidad de rechazar a un cliente, de rechazar prácticas de sexo peligroso, etc.).

Los controles sobre estas actividades son de tipo administrativo y *de facto*, las autoridades tienen poca influencia en las relaciones de trabajo entre prostituta y empresario que son las que finalmente, determinan la calidad de las condiciones laborales. Por lo que se refiere en concreto a los aspectos sanitarios, las licencias obligan a los burdeles a implantar políticas de sexo seguro y estimular a las personas en situación de prostitución a que se sometan a

⁴³ Ley nº 464 del 28 de Octubre de 1999, llamada Ley para la supresión de la prohibición general de los establecimientos de prostitución.

controles médico-sanitarios regularmente⁴⁴. La norma de los controles médicos es de cuatro veces al año, son voluntarios y se realizan de manera anónima y gratuita en clínicas concertadas al efecto por las autoridades. El hecho, en definitiva, de que la capacidad de decisión esté en manos de las autoridades locales ha conducido a una fragmentación de la regulación, que no se homogeneiza a nivel nacional⁴⁵.

La prostitución nunca estuvo penada en Holanda. Lo que resulta punible en el marco normativo holandés es la prostitución forzada y la infantil, todas las formas de explotación sexual así como la trata de personas, cuyas penas se han endurecido en virtud del último cambio normativo, pero no el proxenetismo⁴⁶. Asimismo, se ha legalizado la explotación de la prostitución ejercida voluntariamente por personas mayores de edad.

Según las autoridades holandesas, los objetivos de esta regulación o legalización eran varios. Primero, controlar y regular la explotación de la prostitución por parte de los municipios. Segundo, proteger la posición de las personas que se prostituyen. Además, mejorar la lucha contra la explotación de la prostitución forzada, proteger a los y las menores contra los abusos sexuales y disminuir las dimensiones que alcanza la prostitución ejercida por ilegales; y finalmente, lograr separar la prostitución de las actividades criminales.

El reconocimiento oficial de la prostitución como trabajo (considerada un trabajo pero no un “trabajo apropiado” en el marco de la Ley), ha servido para aclarar sus derechos y para forzar a empresas y trabajadoras a fijar la relación real existente entre las partes, que es de carácter laboral. En términos de cobertura social, estas trabajadoras tienen derecho a percibir una prestación por desempleo y prestaciones por incapacidad o enfermedad, y a recibir el apoyo de los servicios públicos de empleo (si bien, en virtud de su carácter *no apropiado*, estos servicios no median para conseguir un empleo en este sector ni ofrecen vacantes *ad hoc*). La relación laboral entre empresa y persona que ejerce la prostitución determina el reparto de los pagos de las cuotas de los seguros sociales entre ambos, variando en función de si la prostituta es asalariada o autónoma (el caso más común).

- En **ALEMANIA** la prostitución también es legal⁴⁷, desde la aprobación en enero de 2002, de la Ley reguladora de la situación jurídica de las personas que ejercen la prostitución, que eliminaba la consideración de esta actividad como inmoral. Según esta Ley, la prostitución voluntaria se basa en un pacto bilateral entre dos personas que entraña una relación contractual con efectos jurídicos. Así, las personas que ejercen la prostitución tienen, entre otros derechos, el derecho a reclamar por vía judicial. Se reconoce el establecimiento de relaciones laborales entre los dueños de los burdeles y las prostitutas que dan soporte a la afiliación de éstas a la seguridad social, y se regulan los tipos de prostitución que se consideran trabajos por cuenta propia y por cuenta ajena, criterio decisivo para determinar si la afiliación a la seguridad social es voluntaria u obligatoria. Según esta Ley, las mujeres que ejercen la prostitución tienen derecho a pensiones y seguros sociales de enfermedad, pero sólo las de nacionalidad alemana, y al apoyo de los servicios públicos de empleo que, como en el caso holandés, tampoco intermedian hacia este sector de actividad. La limitación administrativa de nacionalidad, junto a la merma de ingresos ha operado como desincentivo

⁴⁴ Se ha optado expresamente por no establecer controles médicos obligatorios porque se considera que esta obligación sería estigmatizadora, al alimentar la idea de que las prostitutas son una fuente de infección y para evitar, a un tiempo, que los clientes puedan emplear este reconocimiento médico como pretexto para demandar prácticas de sexo no seguro.

⁴⁵ De hecho, las autoridades locales tienen derecho a no otorgar licencia alguna de establecimiento de burdeles.

⁴⁶ En este sentido, desde 2009 se aumentó la pena para la trata de personas que lleva aparejada una pena máxima de 8 años con una serie de agravantes: si los hechos han sido cometidos por dos o más personas, o la víctima es menor de 16 años, la pena máxima será de doce años; si la víctima sufre lesiones físicas, la pena máxima será de quince años, dieciocho años en caso de que la persona muere a causa de las agresiones físicas infligidas.

⁴⁷ Se calcula que en Alemania en torno a 400.000 personas, el 95% mujeres, ejercen la prostitución, y 1,5 millones de hombres consumen prostitución anualmente.

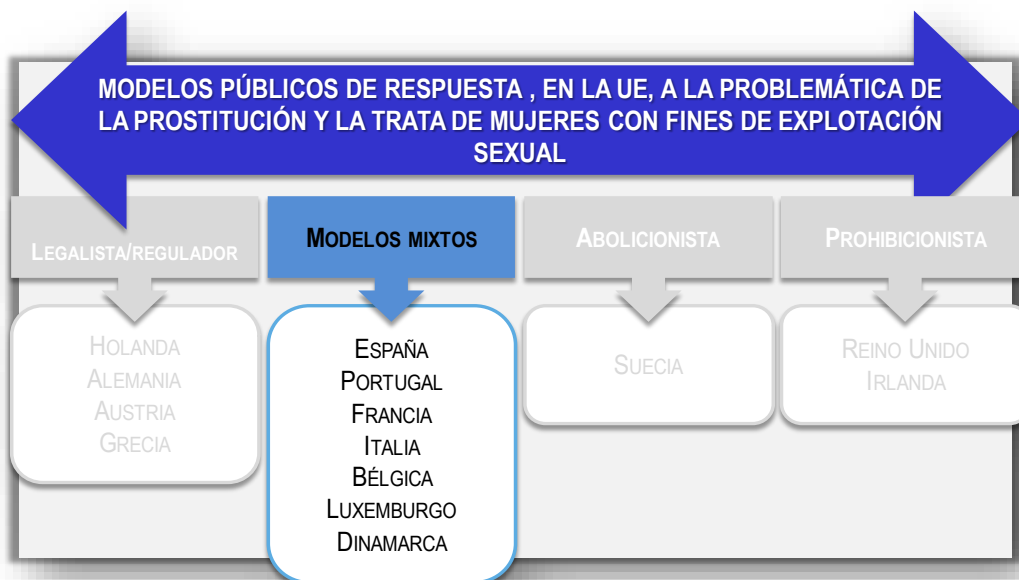
de manera que pocas se acogen a este régimen y la mayoría siguen trabajando en la irregularidad. Ejercer la prostitución voluntariamente es legal pero hay zonas públicas, como en las proximidades de los colegios, donde no puede ejercerse, y horarios restringidos. En determinados casos, según la competencia de los Länder, puede prohibirse la captación de clientes en la vía pública o la concentración de prostitutas en determinadas calles, lo que en términos de legislación penal puede generar incluso penas de cárcel.

La explotación sexual de personas que limite su independencia personal o económica se considera, en aras de esta Ley, delito. Sin embargo la mediación de servicios sexuales voluntariamente realizados es legal de ahí que se ampare la posibilidad de abrir casas de citas o burdeles.

- En **GRECIA** se ha legalizado la prostitución en burdeles, para quienes se han expedido licencias con requisitos muy detallados. Del mismo modo que en otros países, el ejercicio de la prostitución es legal y está relativamente regulado. Las prostitutas deben inscribirse en un registro *ad hoc* y pasar controles médicos regulares, requisito para poder ejercer.
- En **AUSTRIA** la prostitución es legal y como tal, las prostitutas deben inscribirse en un registro especial y someterse a exámenes médicos periódicos. La intermediación para facilitar a las prostitutas los clientes no es legal. Se permite la prostitución en las calles y en algunas áreas urbanas y peri-urbanas.

4.1.2. Modelos mixtos de intervención.

Muchos países de la Unión se encuentran a caballo entre la legalización, regulando aspectos parciales, y la prohibición, penalizando ciertas conductas o vertientes, como se muestra a continuación:



- **FRANCIA.** En el país galo, que ha procedido a un cambio de enfoque legislativo en el tratamiento de esta cuestión, están prohibidas las denominadas “casas de tolerancia” o burdeles, y desde 2003, la prostitución en la calle estaba considerada como delito punible por sanción monetaria: se prohibía incitar públicamente al comercio sexual por cualquier medio, incluida la vestimenta o la actitud.

En cuanto a los clientes, en principio no recibían tipo alguno de sanción (salvo por consumo de prostitución de menores o de mujeres especialmente vulnerables, por enfermedad, deficiencia física o psíquica, embarazo). La ley preveía también que el permiso de residencia temporal podría ser retirado al extranjero culpable de proxenetismo o de incitación a la prostitución; en cambio, la prostituta extranjera que denunciara o testimoniara contra el proxeneta podría obtener el permiso de residencia.

Pues bien, desde diciembre de 2013, y tras semanas de debate público acalorado sobre esta cuestión, se aprobó en la Asamblea Nacional (a falta de ratificación por el Senado), una nueva Ley, la *Loi pour la lutte contre le système prostitutionnel*, que supone cambios notables en dirección a la abolición de la prostitución, en el sentido *nórdico* de la palabra.

Así, el texto aprobado prevé sancionar a los consumidores de prostitución con multas variables, que pueden complementarse o reemplazarse por un cursillo de “sensibilización sobre la lucha contra la compra de actos sexuales”, a cargo del condenado, que deberá realizarse en asociaciones homologadas. Asimismo, esta disposición anula el delito de captación, despenalizando por tanto a las prostitutas. En paralelo, ofrece una serie de medidas de acompañamiento a las que deseen abandonar la profesión, incluida la puesta en marcha de un “recorrido de salida de la prostitución” supervisado por las asociaciones y la creación de un fondo de entre 10 y 20 millones de euros anuales para su acompañamiento social y profesional.

A las extranjeras comprometidas con cambiar de vida, se les entregará un visado de seis meses, sin que esté condicionado a que denuncien a su proxeneta, como era el caso anterior. Por último, y en otro orden de cosas, la Ley prevé obligar a los servidores de Internet extranjeros que albergan páginas de contactos sexuales franceses a cerrar esas páginas.

- En **DINAMARCA** está vigente una Ley desde el año 1999 que despenaliza la prostitución sin llegar a legalizarla, pues sólo hace posible su ejercicio a título individual en personas mayores de 18 años. Sin embargo, es ilegal la captación de clientes en la vía pública, así como otros comportamientos que perturben el orden público. Las prostitutas pueden acceder a la sanidad y a las pensiones contributivas pero carecen de todo tipo de derechos vinculados a su actividad económica. Al igual que en el Reino Unido, sus ingresos están sometidos a presión fiscal, que no está ligada a la naturaleza de los ingresos, mediante un registro como profesionales independientes.

Como en buena parte del resto de países europeos, se penaliza con cárcel el proxenetismo y la incitación a la prostitución, incluido el proxenetismo hotelero y la tercería locativa⁴⁸.

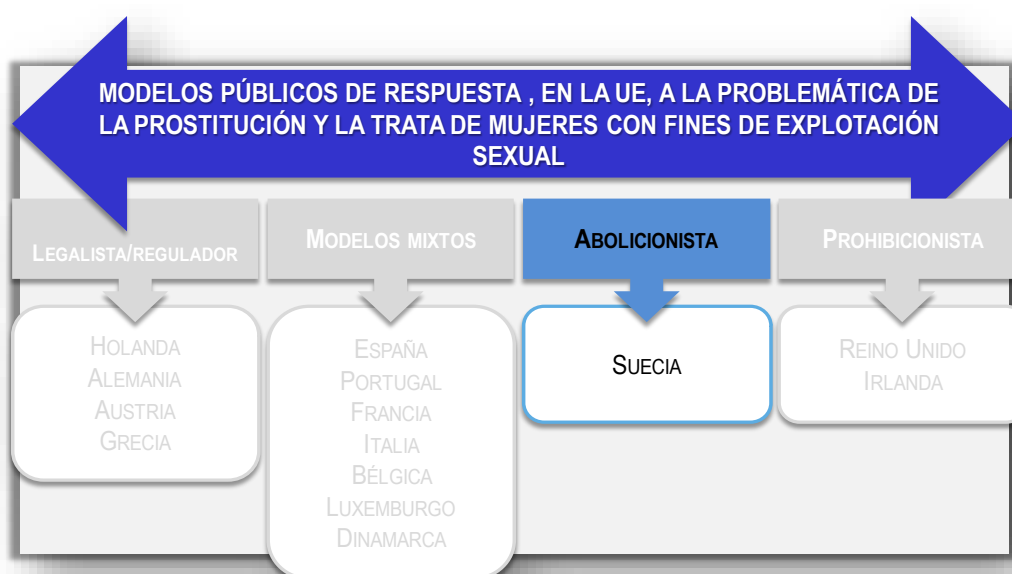
- **BÉLGICA**. Están prohibidas las “casas de tolerancia”, la explotación sexual de mujeres y la complicidad en dicha explotación. Se tolera la prostitución en clubes, bares y escaparates en la calle. Las prostitutas y los clientes no son sancionados pero la trata y el proxenetismo están penalizados, cuando se demuestre que la prostitución ejercida no es voluntaria.
- **ITALIA**. El Estado italiano ha tolerado la prostitución históricamente, y se ha limitado a establecer ciertos mecanismos de vigilancia. La Ley Merlin, vigente desde 1958, prohíbe los burdeles o establecimientos de cualquier tipo para la prostitución, sancionando cualquier forma de proxenetismo (detención, control, dirección o explotación de uno de estos establecimientos, participación en su funcionamiento, incitación a la prostitución, etc.). Se

⁴⁸ También denominado “proxenetismo locativo”, la tercería locativa es el arrendamiento de locales y viviendas para el ejercicio de la prostitución.

penalizan de forma agravada ciertas formas de proxenetismo, cuando interviene la violencia, la coacción, las amenazas, el abuso de una relación de autoridad, etc.

En lo que a las prostitutas se refiere, esta Ley prohíbe expresamente (so pena de sanción administrativa) la captación de clientes en la vía pública. No se penaliza la compra de servicios sexuales salvo en caso de que sea a menores. En términos de regímenes sociales y fiscales, las prostitutas no pueden tener legalmente un contrato de trabajo, acceder a prestaciones y sus ingresos, al tratarse de una actividad ilícita, no están sujetos a recaudación fiscal.

4.1.3. El modelo abolicionista: el paradigma sueco.



Suecia es el arquetipo y *de facto*, el único representante en sentido estricto del modelo abolicionista de la prostitución, no sólo en Europa sino a nivel internacional.

La cuestión de la criminalización de la prostitución en Suecia se remonta a los años 70, en que se inició un importante debate que explicitaba el choque entre la prostitución y el sistema prostitucional y las libertades individuales así como la igualdad de género. En 1971, en una época en que Suecia era considerada como el país del “amor libre” y de la liberación sexual, se formó una Comisión de Investigación del Crimen Sexual, con el objetivo de revisar la legislación del momento, y que pretendía aumentar el nivel de tolerancia respecto de ciertas conductas. En 1972 algunos parlamentarios suecos presentaron una moción para que Suecia instaurara burdeles estatales. Así pues, el clima de permisividad sexual sirvió como detonador para una *rebelión civil* de las parlamentarias suecas, las políticas y los movimientos feministas, que plantearon un debate en el país que reenfocó el modo de ver la sexualidad, la violación, la prostitución, el incesto y los malos tratos a mujeres. La prostitución empezó a verse como una forma de opresión sexual a las mujeres. Así, en 1981 se formó la Comisión de la Prostitución, la cual realizó una profunda investigación plasmada en la elaboración de un informe de más de 700 páginas, que contribuyó a esclarecer el debate en una época en que en el país nórdico se registraba un aumento importante de la misma.

En consecuencia más de 20 años de debates, de presión del movimiento feminista y de progresos de las mujeres en el parlamento sueco⁴⁹, culminaron con la aprobación en 1999, de la Ley de prohibición de compra de servicios sexuales. La Ley era parte de un Decreto contra la Violencia

⁴⁹ En ese año, el 43% del Parlamento estaba compuesto por parlamentarias.

contra las Mujeres (Kvinnofrid), que contemplaba varias enmiendas a disposiciones relacionadas con la violencia de los hombres contra las mujeres, incluida una ley sobre el acoso sexual. Esta disposición, por tanto, no ilegaliza ni prohíbe la prostitución, ni penaliza o estigmatiza a las mujeres en situación de prostitución, sino que sanciona el consumo y la trata de mujeres con fines de explotación sexual, así como cualquier otra actividad que coadyuve al fenómeno. En 1999 se calculaba que en Suecia unos 125.000 hombres suecos compraban los servicios de alrededor de 2.500 mujeres (de las cuales, unas 650 ejercían la prostitución en la calle), una o más veces al año.

La lógica subyacente a esta Ley es que si no hubiera demanda, no habría prostitución, lo que entraña un desplazamiento de la atención y el peso del fenómeno desde las personas que ofrecen los servicios a las personas que los compran y explotan (prostituidores, proxenetas, traficantes, intermediarios de diverso tipo), lo que hace inútil la distinción entre prostitución forzosa y voluntaria. Según el Gobierno sueco, al prohibir la compra de servicios sexuales, se puede luchar contra la prostitución y contra sus efectos nocivos más efectivamente de lo que se había hecho hasta el momento, sin que sea razonable castigar a la persona que vende un servicio sexual, pues en la mayoría de los casos esta persona constituye la parte más frágil que es explotada por aquellos que sólo quieren satisfacer sus imperativos sexuales⁵⁰. Dados los lazos existentes entre prostitución, trata y otras formas de explotación sexual, la Ley forma parte de una estrategia global de este país para combatir la trata de personas con fines de explotación sexual. Así pues, la forma de aproximación al fenómeno es desde una perspectiva de la igualdad de género y de los derechos humanos.

En 2004 el Parlamento de este país aprobó enmiendas de refuerzo a la Ley, para incorporar algunos aspectos que no habían quedado bien recogidos por la norma primigenia, tales como la compra de servicios sexuales regulares a la misma prostituta y la compra de servicios por una persona o grupo, para un tercero, de forma que el delito quedó expresado en los siguientes términos:

“Una persona que, en casos distintos a los expuestos previamente en ese capítulo, obtenga una relación sexual casual a cambio de dinero, será sentenciada por la compra de un servicio sexual a una multa o hasta seis meses de prisión. Lo dispuesto en este primer párrafo es aplicable también en el caso de que el pago del dinero sea prometido o realizado por una tercera persona”.

El delito incluye todo tipo de servicios sexuales, incluidos los servicios de compañía o acompañamiento, tanto si se compran en la calle como en prostíbulos o en salones de masaje. Asimismo, se castiga cualquier tentativa de compra. Si una tercera persona ha prometido entregar o ha entregado una compensación económica por la compra de un servicio sexual, puede ser sancionado como cómplice. En cuanto a la duración de las penas de prisión, el máximo está establecido en diez años de cárcel.

Por lo que se refiere a los delitos de proxenetismo, cualquier persona que promueva o anime, o de manera impropia, con fines comerciales, favorezca las relaciones sexuales de otras personas a cambio de dinero (lo que incluye dirigir un burdel, alquilar locales destinados a la prostitución o ayudar a un individuo a encontrar a una persona que se prostituya), comete delito y debe ser condenado por proxenetismo a un máximo de cuatro años de prisión. Si existen circunstancias agravantes, la condena podrá incrementarse hasta los seis años. Intentar ejercer proxenetismo a gran escala así como prepararlo y conspirar para cometerlo, también está penalizado, igual que el no revelar el hecho en caso de conocerlo.

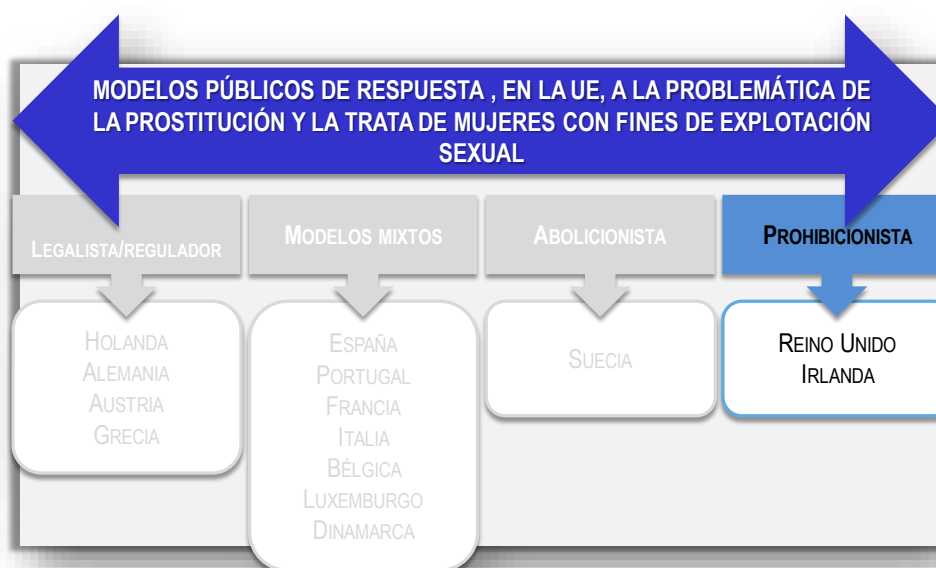
⁵⁰ Un contrato de prostitución/sexo, entre una mujer ofreciendo sexo y un hombre comprándolo no es considerado un contrato en que ambas partes se encuentren en igualdad de condiciones.

La Ley se acompañó ulteriormente con un Plan de actuación Nacional para Combatir la Prostitución y la Trata de Personas con fines de Explotación Sexual, que incluía medidas adicionales para prevenir la prostitución y contrarrestar la demanda de mujeres y niñas, desde la vertiente policial y judicial así como desde los sistemas de protección social, además de medidas para asistir a las víctimas de prostitución y trata.

Una de las vertientes más interesantes en la aplicación de este novedoso modelo ha sido el desarrollo de un trabajo específico con las fuerzas policiales y con las autoridades judiciales. Los representantes de la policía fueron inicialmente muy críticos con la Ley, poniendo en cuestión la posibilidad de hacerla cumplir de manera efectiva. En previsión de que en última instancia, la consecución de los objetivos con los que nació la Ley dependerían de la actitud de los altos mandos de la policía así como de cada agente, cada fiscal y cada miembro del sistema judicial, la Policía Nacional Criminal, conjuntamente con la División de Igualdad de Género sueca, establecieron programas de sensibilización, educación y formación a su personal en estas materias, lo cual tuvo efectos inmediatos en la percepción que estos estamentos tiene sobre la Ley, y ha supuesto la remoción de buena parte de las resistencias anteriores sobre este particular.

4.1.4. El modelo prohibicionista: un enfoque poco extendido en el marco de la Unión.

El modelo prohibicionista es el que de forma más o menos radical, se despliega en los países anglosajones de la Unión Europea.



- En el caso del **REINO UNIDO**, no se trata de un régimen prohibicionista puro pero lo es en su conjunto: la prostitución no constituye en sí misma una infracción pero sí lo son todas sus manifestaciones visibles (captación, publicidad, gestión de establecimientos, explotación de los beneficios, contratos, etc.), de modo que la única posibilidad de prostitución legal es la que se desarrolla individualmente y de manera independiente, en un alojamiento propio. No cabe que los beneficios se compartan con terceros. También se penaliza el consumo de prostitución forzada por los clientes incluso cuando éstos desconocen dicha circunstancia de explotación.

Además, todas las formas de proxenetismo, incluida la “tercería locativa” para su ejercicio, están condenadas por la Ley británica desde 1956 a penas de prisión. También se penaliza

a prostituta y cliente de la prostitución en vehículos. En Gales e Inglaterra se penaliza al cliente y se han tomado medidas contra la publicidad de servicios sexuales, muy comunes en lugares como las cabinas telefónicas.

Paradójicamente, la Administración fiscal considera que los ingresos por esta actividad son imposables fiscalmente y así ocurre. Las prostitutas se benefician del sistema de sanidad, que es pública, y de las prestaciones sociales no contributivas, que no se vinculan al trabajo. En este sistema, los aspectos legalizados o legalmente tolerados son más bien disuasorios.

- **IRLANDA.** En Irlanda prevalece, desde el año 1993 en que se adoptó la Criminal Law (Sexual Offences) Act, una visión de la prostitución como atentatoria contra el orden público, de ahí que se castigue a prostitutas, clientes y proxenetes, indistintamente, como infractores del orden público. La Ley, en su perspectiva, no está para proteger a las mujeres que ejercen la prostitución (aunque sí de la explotación sexual) sino para salvaguardar el orden público y a la sociedad de las aristas más públicas de esta actividad.

La característica fundamental de este modelo es que los actos vinculados a la prostitución se realicen en público, es decir, esta Ley no sanciona el intercambio pagado de sexo ni ninguna de sus vertientes que tenga lugar en el ámbito privado.

La Ley, según las autoridades irlandesas, también pretende prevenir la explotación sexual de las mujeres de ahí que se tipifiquen delitos de organización de prostitución, de coerción sobre una persona para que se prostituya, beneficio de la prostitución de una persona o la propiedad o gestión de un establecimiento (casa de citas, local, burdel, etc.). Asimismo, se prohíbe toda publicidad de este tipo de establecimientos en cualquier medio o soporte.

4.2. Algunos resultados de la aplicación de los diferentes modelos europeos.

Presentamos a continuación algunos resultados no exhaustivos de los dos modelos más claros, el legalizador y el abolicionista. Aunque los datos no son demasiado actuales, en conjunto, ofrecen aspectos para reflexionar:

- El **Gobierno holandés** ha realizado dos evaluaciones sobre los efectos de esta legislación (en 2002 y en 2007), lo que ha revelado que la legalización no ha logrado normalizar la actividad, resultando un fracaso.

Estas evaluaciones revelan la existencia de una discusión constante sobre la naturaleza de las relaciones laborales en el ramo de la prostitución: tanto las prostitutas como los burdeles prefieren la consideración de éstas como autónomas y no como empleadas por cuenta ajena (esto evita a los burdeles la firma de contratos de trabajo, el pago de cuotas a la seguridad social y de los impuestos correspondientes), si bien se ha comprobado que con frecuencia en la práctica existen elementos de autoridad entre los titulares de las empresas y las prostitutas, tales que puede considerarse que existe una relación laboral por cuenta ajena para la aplicación de la ley y los reglamentos correspondientes. La ley no ha conseguido, por consiguiente, erradicar la clandestinidad: en los resultados de la evaluación efectuada en 2002, se mencionaba que había 921 prostitutas dadas de alta en Hacienda frente a unas 30.000 prostitutas estimadas en Holanda. Hacienda y las entidades locales han descuidado sus funciones de vigilancia y control, y los burdeles legalizados han tendido a desaparecer porque la competencia los hace insostenibles.

Además, estas evaluaciones han demostrado la persistencia de graves situaciones de abuso como trata de blancas, prostitución forzada y prostitución de menores y de un buen número de irregularidades administrativas y laborales. En otro orden de cosas, el informe

oficial de 2007 concluía que “el grado de bienestar emocional de las prostitutas es ahora más bajo que en 2001 en todos los aspectos evaluados, y ha aumentado el consumo de sedantes” [entre ellas].

- En el **caso alemán**, las “mejoras” que brinda la Ley de 2002 parecen no haber servido de incentivo a la regularización y sólo el 1% de las prostitutas tiene un contrato laboral. Hay un desconocimiento generalizado de los derechos que les asisten y apenas se registran procesos de reclamación por vía judicial de derechos. La mayoría de personas que trabajan en burdeles lo hacen como autónomas, sin ninguna vinculación laboral al proxeneta. A ambas partes les resulta inconveniente formalizar este tipo de relaciones porque supone pagar cuotas salariales a la seguridad social. Los proxenetes prefieren figurar como arrendatarios de locales y no vincularse por contrato ante la inseguridad jurídica que puede suponer el establecimiento de las condiciones de los servicios (lugar, tiempo, servicios, precios, etc.).

Las autoridades policiales y judiciales perciben, por otra parte, que la nueva legislación no dificulta la persecución de la trata, la prostitución forzada ni de menores, como tampoco la violencia contra personas que ejercen la prostitución.

- Por lo que respecta a **Suecia**, se calcula que el número de personas que se prostituían en la calle descendió entre un 30% y un 50% hasta 2002 (habiendo prácticamente desaparecido las mujeres extranjeras que ejercían en la calle) y en conjunto, el número de prostitutas ha caído de 2.500 a 1.500 en todo el país⁵¹. Estos datos cobran un nuevo valor por comparación con los países circundantes: la población de prostitutas en Suecia es una décima parte de la de Dinamarca y una octava parte de la de Noruega, pese a ser en ambos casos, países con una población inferior a Suecia.

No existen pruebas de que la Ley haya originado un aumento de la prostitución que se realiza a través de contactos vía internet. Los prostituidores han disminuido de un 75 a un 80% (si en 1996 alrededor el 14% de hombres suecos consumían prostitución, en 2008 esta proporción había caído hasta el 8%) y la Ley ha tenido un efecto directo y positivo a la hora de limitar la trata de personas con fines de explotación sexual (sólo 21 casos de mujeres tratadas con fines de explotación sexual en 2012, según datos de la unidad policial sueca especializada en Tráfico de Personas).

Además, la Ley no ha hecho sino concitar crecientes apoyos de la opinión pública. Las encuestas realizadas por el Instituto Oficial sueco de Encuestas Sociales en 1999 y dos años después, demuestran un incremento del 76 al 81% de las personas que apoyan la Ley, y una disminución del 15 al 14% en la proporción de las personas proclives a su retirada. El apoyo a la criminalización de la compra de servicios sexuales es mayor entre la juventud.

4.3. Iniciativas de actuación con los medios de comunicación en la Unión Europea.

A partir de los modelos de actuación analizados y de los marcos normativos en vigor en los diferentes países de la Unión Europea, se ha procedido a desarrollar una prospección para detectar y analizar la existencia de iniciativas puestas en práctica desde los Poderes Públicos con los medios de comunicación.

La hipótesis que impulsaba y articulaba dicha búsqueda era que, conviviendo estos diferentes enfoques públicos hacia el mismo fenómeno, sería posible encontrar iniciativas de diferente tipo que

⁵¹ Suecia tiene 9 millones de habitantes aproximadamente.

vincularan a empresas de comunicación y administraciones públicas, en sus distintos niveles territoriales de responsabilidad y competencia, de las cuales fuera posible extraer elementos de interés, lecciones aprendidas y en definitiva, ejemplos de traslación total o parcial a nuestro contexto.

Los criterios que guiaron esta búsqueda de experiencias y actuaciones fueron los siguientes:

- **PERTINENCIA Y ADECUACIÓN DE LAS ACTUACIONES O INICIATIVAS.** Las iniciativas deberían adecuarse y ser pertinentes en términos geográficos (UE), temáticos (prostitución, trata), de agentes así como en la tipología de las actuaciones.
- **INNOVACIÓN.** Actuaciones que resultaran novedosas en las formas de hacer, sus elementos, agentes involucrados, etc.
- **IMPACTO DE LAS EXPERIENCIAS.** Experiencias cuyo impacto positivo estuviera, en la medida de lo posible, acreditado.
- **SOSTENIBILIDAD EN EL TIEMPO.** Actuaciones con una cierta duración en el tiempo.
- **TRANSFERIBILIDAD DE DICHAS EXPERIENCIAS.** Iniciativas cuyos elementos puedan ser transferidos a nuestro contexto.

Pese a la previa definición de los objetivos a lograr con dicha búsqueda, así como de los criterios que debería determinar la misma, lo cierto es que con la información disponible (particularmente a partir de la bibliografía consultada), los resultados demuestran que no puede hablarse del desarrollo de una línea de trabajo en este sentido, ni en España ni en los países de nuestro entorno. No se ha hallado ninguna iniciativa específica de trabajo de los Poderes Públicos o de las diferentes Administraciones diseñada y orientada a incidir en los medios y/o de dotarles de herramientas para que realicen un tratamiento más adecuado y responsable de la información sobre esta problemática concreta. Ello puede deberse a varias razones:

- La primera de ellas es que de forma generalizada **la publicidad sobre prostitución o los anuncios de la industria del sexo en los medios de comunicación están prohibidos**⁵². Así, de manera independiente al tratamiento más o menos adecuado que los medios puedan dar a esta problemática con carácter general, esta cuestión concreta ha dejado de ser una controversia (salvo en nuestro país).
- Asimismo, en términos generales puede decirse que los **Poderes Públicos europeos han tendido a intervenir escasamente en la actividad de las empresas de comunicación** en términos de información o contenidos publicados que se encuentran por lo común, bastante desregulados⁵³. En lo concerniente al tratamiento de los temas y a la información que producen y publican los medios, las iniciativas tendentes a la aplicación de criterios éticos y de responsabilidad en el ejercicio de la profesión periodística suelen proceder de iniciativas de los propios medios, de códigos de autorregulación o medidas voluntariamente implantadas.
- Otra razón apunta al hecho de que la prostitución y la trata de mujeres con fines de explotación sexual, en el contexto anteriormente descrito, no se constituye (o no es considerada) como una **problemática con entidad suficiente y/o diferenciada** como para

⁵² En algunos países también se están desarrollando acciones para atajar la publicidad en internet, como ha ocurrido en Francia tras la última reforma.

⁵³ No puede afirmarse sin embargo lo mismo, en lo referente a cuestiones de competencia o formación de grupos de comunicación y control de medios, donde la intervención pública ha sido notable, tanto en el ámbito comunitario como en los Estados Miembros.

desarrollar iniciativas o actuaciones específicas, desde los Poderes Públicos con las empresas y/o medios de comunicación al respecto. Del mismo modo, tampoco esta cuestión se convierte en una prioridad de los medios que haya conducido al desarrollo de procedimientos de autorregulación *ad hoc*.

- Finalmente, es necesario destacar el hecho de que los medios de comunicación parecen no haber sido considerados, a la luz de la prospección realizada, como un **destinatario de las actuaciones de los Poderes Públicos en materia de prevención de la trata y de lucha contra la prostitución**, ni en nuestro país ni en el resto de países incluidos en el análisis.

El análisis realizado muestra cómo se están desarrollando estas iniciativas de prevención, sensibilización y concienciación social acerca de la problemática de la trata y de la prostitución, pero no con medios, que como ya se ha comentado, no son considerados como destinatarios prioritarios de este tipo de acciones. Con éstos se están desarrollando actuaciones de implicación para que ejerzan su actividad de manera más responsable, si bien en ámbitos o temáticas distintas.

En efecto, es posible encontrar numerosas **campañas preventivas**, de complejidad variable, de la trata de mujeres con fines de explotación sexual, diseñadas y puestas en marcha tanto por las administraciones de los diferentes niveles territoriales, como por organizaciones internacionales, sea en solitario o en colaboración con otros agentes involucrados (organizaciones de la sociedad civil, fundamentalmente). No obstante las acciones de estas campañas suelen ir dirigidas a los siguientes destinatarios/as: en primer lugar, a las prostitutas, para que acudan a los dispositivos públicos de atención y apoyo de diverso tipo; a la población en general, habitualmente para combatir los prejuicios hacia las prostitutas pero también como forma de desincentivar el consumo de prostitución; hacia colectivos concretos como la población joven, con un objetivo educativo y de sensibilización, hacia colectivos profesionales determinados que trabajan en este ámbito o sus aledaños (cuerpos policiales y judiciales, profesionales sanitarios y/o de servicios sociales, personal docente, etc.); y en los últimos años, con una finalidad disuasoria y moralizante, hacia los consumidores de prostitución. Así pues, en consonancia con lo ya comentado, los medios no suelen estar entre el público objetivo de estas actuaciones, si bien en determinados casos pueden involucrarse o participar más o menos activamente en la divulgación de las actuaciones e indirectamente ser partícipes de dicha sensibilización.

Un rasgo interesante y que conviene señalar es que **este tipo de iniciativas o campañas suelen estar desvinculadas de otras iniciativas o campañas relativas a la violencia contra las mujeres**, para cuyo tratamiento y prevención los Poderes Públicos suelen realizar actuaciones *ad hoc*. La aparente desconexión teórica entre ambos fenómenos (salvo en casos concretos o en países donde dicha relación está mucho más clara) es una muestra más de la persistencia de clichés y estereotipos sobre la prostitución, y el estigma de las mujeres en situación de prostitución, tal y como se expuso en el marco teórico de este estudio.

Otro resultado de la prospección realizada pone de relieve el hecho de que los escasos **ejemplos o iniciativas de autorregulación mediática** (sea en colaboración o no con los Poderes Públicos), se refieren principalmente a aspectos vinculados a la igualdad de trato, a la igualdad de oportunidades y a la no discriminación. En lo que a este estudio interesa, la autorregulación de los medios se ha encauzado, al hilo de las obligaciones impuestas legalmente, a ofrecer una imagen más igualitaria, menos estereotipada y por tanto, menos discriminatoria de las mujeres, así como a la prevención de cualquier forma de apología de la violencia contra las mujeres. En este sentido, cualquier autorregulación en lo concerniente a la prostitución y la trata tendría cabida, al menos

teóricamente, entre aquellas medidas tomadas por los medios para ofrecer un tratamiento más igualitario de la imagen de las mujeres, informativa y publicitariamente hablando.

Estas disquisiciones sobre la tipología de las actuaciones emprendidas en este ámbito hasta el momento, dan pie a la mención, algo más en detalle, de ciertas actuaciones o proyectos cuya referencia, a falta de iniciativas más ajustadas a los objetivos de este estudio, se considera de interés.

(1) NOMBRE DEL PROYECTO:	Proyecto ETTS
OBJETIVOS:	<p>El proyecto no sólo persigue involucrar en el problema de la trata y del turismo sexual a toda la población, sensibilizándola de la necesidad de luchar contra ella, sino fortalecer las relaciones entre las autoridades públicas y las asociaciones locales involucradas en la lucha contra la trata de personas y el turismo sexual, así como capacitar a cincuenta funcionarios y a trescientos cincuenta operadores del sector sobre el análisis y las metodologías para reforzar los servicios municipales implicados en esta tarea.</p>
	DESCRIPCIÓN: <p>Se trata de un proyecto desarrollado por diecisiete entidades locales y organizaciones de la sociedad civil de cuatro países (Brasil, Italia, Rumanía y España – FAMSI -) para avanzar en la lucha contra la trata y el turismo sexual.</p> <p>El núcleo del proyecto es la creación y difusión de campañas de concienciación ciudadana, en los cuatro países socios, durante los tres años de su vigencia, con campañas diferenciadas según los objetivos definidos previamente, atendiendo a las realidades específicas de cada país. Estas campañas implican el reparto y la difusión de materiales impresos varios (folletos, volantes, afiches, separadores, carteles, pegatinas, tarjetas, rompecabezas de palabras cruzadas) y accesorios diversos (pines, camisetas, sombreros, bolsos, llaves USB), a través de varios canales (desde páginas web a facturas de la luz, pasando por salas de cine, estaciones de tren, de metro y autobuses de largo recorrido, oficinas públicas, aeropuertos y monitores de taxis), así como diferentes tipos de acciones comunicativas (campañas publicitarias, sesiones informativas, talleres en las escuelas secundarias, eventos, teatro, encuentros con jóvenes y difusión de los tres vídeos creados ad hoc).</p>
PÁGINA WEB:	http://www.etts.eu/?lang=es

(2) NOMBRE DEL PROYECTO:	One story, two outcomes
OBJETIVOS:	<p>Campaña respaldada por la Unión Europea que pretende sensibilizar a la población en materia de derechos humanos y derecho a la protección y asistencia de las víctimas de trata, así como urgir a los Gobiernos de la necesidad de aplicar la legislación internacional y garantizar los derechos de las personas víctimas de trata en su integridad.</p>
	DESCRIPCIÓN: <p>Se trata de un proyecto desarrollado por La Strada Internacional, una plataforma de ONG de ocho países que funcionan como red de lucha contra el tráfico de personas. En particular, en</p>

este proyecto están involucradas organizaciones de catorce países, incluido España (Proyecto Esperanza).

El interés concreto de la campaña escogida es su formato, en el que se narra de forma cercana la historia de Anna, una mujer sujeta a trato con fines de explotación sexual, y el resultado de su situación con y sin plena aplicación de la legislación internacional.

Además de esta campaña La Strada ha puesto en marcha proyectos diversos de actuación en la prevención de la trata con empresas privadas, de compensación de las víctimas, un observatorio de la trata y un proyecto de protección de los derechos a la privacidad de las víctimas de trata, [Datact](#), que incluye actuaciones con los medios.

PÁGINA WEB:

<http://lastradainternational.org/realstories/>

(3) NOMBRE DEL PROYECTO: **Who makes the news?**

OBJETIVOS:

Se trata de un portal de conocimiento, información y recursos sobre medios y género, que persigue garantizar los derechos a la comunicación de las personas, como derecho humano básico y esencial para la dignidad de la persona y la comunidad, y a través de ese medio, conseguir la justicia social.

DESCRIPCIÓN:

Si bien no se trata específicamente de un proyecto o recurso enfocado a la trata o la prostitución, es un portal con numerosas iniciativas y herramientas, promovido por la Asociación Mundial por la Comunicación Cristiana (WACC), que pretende contribuir a integrar la perspectiva de género en los medios de comunicación.

Para ello, desarrollan un catálogo de iniciativas de diferente tipología (seguimiento, elaboración de herramientas, foros, investigación, acciones de presión, etc.), de entre las que pueden destacarse las siguientes:

- El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP), creado al hilo de la Conferencia Mundial de las mujeres de Pequín, en 1995. Se trata del proyecto de investigación del género en los medios más exhaustivo, que evalúa cómo ha ido cambiando la representación de género en los medios. Entre sus participantes incluye a miembros de organizaciones de la sociedad civil, así como estudiantes universitarias, investigadoras y comunicadores profesionales.
- La Caja de herramientas para trabajos sobre género y medios. Un conjunto de utilidades, de carácter práctico, para introducir el enfoque de género en la producción de información y realizar acciones de presión al respecto.
- El kit del periodista, elaborado en colaboración con la Federación Internacional de Periodistas (FIP), que incluye dos manuales para un periodismo de género ético y para la implantación de políticas sensibles al género en las empresas periodísticas y editoriales.

PÁGINA WEB:

<http://whomakesthenews.org/>

(4) NOMBRE DEL PROYECTO: **Zero Tolerance**

OBJETIVOS:

El objetivo de esta organización del Tercer Sector, en el Reino Unido, es combatir las causas de la violencia contra las mujeres, que adopta numerosas formas (pornografía, abuso sexual, trata con fines de explotación sexual, mutilación genital femenina, matrimonio forzado, prostitución, abusos sexuales a niños/as etc.) y posibilita un buen número de actuaciones distintas. .

DESCRIPCIÓN:

Como en el caso anterior, no se trata específicamente de un proyecto u organización cuya actividad se enfoque en exclusiva a combatir o erradicar la trata, sino a combatir todas las formas de violencia de género.

Así, ha realizado desde comienzos de los años 90, numerosas campañas preventivas y de sensibilización en materia de violencia; ha llevado a cabo actuaciones con población infantil y adolescente así como ha desarrollado herramientas pedagógicas para el profesorado; desarrolla proyectos con empresas y entidades privadas; galardones; herramientas para profesionales diversos/as; actuaciones de activismo, etc.

En lo relativo a los medios y a la comunicación, esta organización ha desarrollado algunos materiales de apoyo. El primer es un pequeño informe sobre igualdad de género en los medios, que incluye recursos de interés, estadísticas, etc., y pretende servir de punto de partida para cualquier profesional de la comunicación en ese país. El segundo es la guía "Handle with Care: A guide to responsible media reporting on violence against women", que ofrece consejos y recomendaciones para informar adecuadamente sobre esta materia.

PÁGINA WEB:

<http://www.zerotolerance.org.uk/>

Con el presente estudio, la iniciativa del Ayuntamiento de Madrid de conocer cuál es el tratamiento que hacen los medios de comunicación acerca de la prostitución y trata de seres humanos con fines de explotación sexual, puede derivar en actuaciones igualmente reseñables en un futuro próximo dentro del contexto europeo.

5. LA PROSTITUCIÓN Y LA TRATA DE SERES HUMANOS CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL: EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA

5.1. Medios de comunicación y esfera pública

5.1.1. La responsabilidad social de los medios de comunicación

“(...) Los avances conseguidos sobre la igualdad real entre mujeres y hombres se ven, a menudo, obstaculizados por la imagen que de las mujeres se proyecta en algunas ocasiones. Los resultados no serán plenos si dicha representación sigue fomentando la desigualdad. Al difundir una imagen estereotipada de mujeres y hombres, y no se actúa ante la utilización de contenidos dañinos. Todos estos factores, que constituyen lo que se ha denominado un tratamiento sexista de la imagen de las mujeres, perpetúan la discriminación y la desigualdad de oportunidades (...)”.

Este párrafo perteneciente al reciente Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades 2014-2016, del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, se orienta a evitar el tratamiento sexista de la imagen de las mujeres y a promover imágenes de diversidad de las mujeres en los medios de comunicación, justificando la necesidad de perseverar en el trabajo con los mismos.

Este mandato del Plan es claro y se sustenta en la influencia y el impacto social que las narrativas y discursos de los medios de comunicación tienen en las sociedades de hoy. Los medios siempre han tenido un peso específico en la construcción de los lenguajes e imaginarios simbólicos y ese papel se ha exacerbado en la actualidad por la proliferación nuevas tecnologías que hacen del acto de informarse un gesto cotidiano, inmediato, directo, que ha dejado de estar limitado por las dimensiones temporal y espacial. Los medios, a través del lenguaje y de las imágenes, construyen el imaginario e influyen decisivamente en la percepción e interpretación social de la realidad.

La emergencia de los nuevos servicios de comunicación audiovisual y la multiplicación de los canales y tecnologías de acceso y consumo de esa información, han complicado la función informativa de los medios, también la discriminación entre los medios y las informaciones aparecidas, así como la comprensión y la evaluación crítica de las mismas por parte de la población.

No obstante, no puede obviarse que, además de cumplir con la función informativa que les es consustancial, los medios también son empresas de comunicación, grandes grupos audiovisuales, negocios privados en definitiva, que deben ser rentables, generar beneficios y que entre otros ingresos, viven de la publicidad, sea ésta de la naturaleza que sea.

Estas dimensiones están reformulando vertiginosamente el lugar y la posición que ocupan los medios y su influencia en la sociedad. Y tiene un impacto incuestionable en el conocimiento que, lejos de su experiencia personal cotidiana y directa, tiene la población sobre los temas y asuntos de interés.

¿Es la problemática de la prostitución, en toda su complejidad, un asunto de interés para los medios? ¿Cuál es el tratamiento que éstos dan a la información en esta materia? ¿Qué papel juegan los medios en esta problemática? ¿Hay una implicación o una toma de postura de los medios al respecto?

Estos son algunos de los interrogantes a los que se pretende dar respuesta con este estudio.

5.1.2. Esfera pública mediatizada y actividad periodística

Una función fundamental de los medios de comunicación de masas consiste en seleccionar las cuestiones de interés para la sociedad en su conjunto, darles forma a través de relatos informativos y presentar una muestra de opiniones relevantes al respecto. Se atribuye a la información la función de posibilitar el ejercicio de la controversia pública y el control democrático del poder (Peñamarín, 2014:105), y por esto mantiene un papel fundamental en la esfera pública, definida, desde Habermas en adelante, como el espacio de mediación comunicativa entre las preocupaciones e intereses de la ciudadanía y las instituciones y representantes políticos a quienes compete tomar decisiones al respecto. Entendemos por lo tanto la esfera pública en relación con los medios de información, como un espacio público, abierto, para el conocimiento y deliberación sobre los asuntos comunes en el que son fundamentales los medios de comunicación (Peñamarín, 2008), por lo que hablamos aquí de esfera pública mediatizada (EPM). Partiendo del presupuesto que en sociedades democráticas las instituciones públicas y los sujetos que las representan tienen como prioridad los intereses de la ciudadanía en su conjunto, en un sentido amplio.

Si los medios son parte de la conversación social, y fijan la agenda de los asuntos que marcan la nuestro presente de referencia, al analizar la representación mediática no estamos ante una especie de reflejo de la realidad, ni ante su correlato simbólico, sino que comprendemos los medios de comunicación como espacios de aparición y de inscripción de los sujetos sociales que actúan políticamente. Por tanto, los procesos mediáticos se insertan en la vida social, en los espacios de la cotidianidad promoviendo la configuración de actores, identidades, deseos, cuerpos, etc. pero no de un modo unidireccional, sino generando conexiones complejas.

Las transformaciones actuales en la producción, circulación y recepción de la información, en definitiva, el sistema mediático en su conjunto, están cambiando las características de este espacio público, tal y como habían sido analizadas por los estudios tradicionales. Los cambios económicos, empresariales y financieros en la propiedad de los medios de masas y las consecuencias de las innovaciones tecnológicas sobre la producción y la distribución de la información están modificando por completo el entramado de relaciones y conexiones en la EPM, así como las características de los actores y sujetos que se mueven en ella. Cómo los asuntos públicos aparecen en los medios, circulan, se transforman y desaparecen, son dinámicas hoy en día difíciles de entender en su complejidad. Sin embargo, cualquier análisis o estudio sobre las noticias que circulan en los *mass media* contemporáneos (en este caso, la representación en los medios de la prostitución y la trata de seres humanos con fines de explotación sexual), no puede eximirse de consideraciones sobre la esfera pública mediatizada y de cómo los asuntos, que se convierten en noticias y artículos, aparecen y se conforman en ella.

Para llevar a cabo esta investigación hemos empleado el marco de análisis sobre construcción de asuntos públicos en la Esfera Pública Mediatizada, concentrándonos en cómo la Prostitución y la Trata emergen como un asunto de interés colectivo, a partir de su articulación en un relato informativo y en la definición de una controversia pública. A este fin, nos hemos formulado las siguientes preguntas ¿qué actores/sujetos están representados?, ¿qué actores desaparecen de la narración?, ¿cómo se construye desde los silencios y las ausencias?, ¿los medios privilegian un relato particular?, ¿este corresponde a la perspectiva de una de las partes?, ¿presenta las diferentes perspectivas en conflicto?, ¿excluyen alguna de ellas?, ¿expresan los intereses y valores de los varios actores, los justifican, valorizan o degradan?, ¿contribuyen a la deliberación pública a través de la confrontación de los distintos puntos de vista, en búsqueda de intereses o valores comunes o, al contrario, privilegia los discursos hegemónicos y la falta de discusión pública (Mouffe, 2007)?

Para contestar, antes de los análisis específicos, hemos considerado el panorama mediático español a partir de los estudios que existen sobre ello. En España, la reflexión se ha centrado por un lado, en los cambios estratégicos a los que se está enfrentando la prensa en el mercado de la información, debido a su excesiva mercantilización y a la falta de recursos (Curran y Witschge, 2010: 116; Freedman, 2010: 35-50). Por otro lado, se discute sobre los modelos de periodismo, el hacer periodístico, la cultura profesional del periodista y su misma conceptualización. Igualmente, se están afianzando tesis según las cuales los valores del periodismo están siendo también (y cada vez más) afectados por las condiciones laborales de los profesionales (Cáceres Zapatero, 2011; López Hidalgo y Mellado Ruiz, 2006; APM, 2012). Las rutinas productivas, a consecuencia de los cambios laborales y empresariales, están a su vez condicionadas por las transformaciones estructurales del mercado de la comunicación, debido a las fusiones de los distintos grupos en grandes multinacionales (y los consecuentes oligopolios a nivel global, y debido también a las políticas de comunicación implementadas a nivel local y europeo (De la Sierra y Mantini, 2011), abocadas a los valores neoliberales del mercado más que a perseguir los principios democráticos de la libertad de expresión e información, pluralismo y participación; y finalmente también a los hábitos y prácticas de consumo de los usuarios de la comunicación (Boczkowski y Peer, 2011; Gillmor, 2008; Mezza, 2011).

Por otra parte, el contexto de las culturas digitales, la emergencia de internet y las redes sociales han cuestionado el privilegio de la mediación de los periodistas profesionales, así como han favorecido la aparición de nuevos actores en la producción y distribución de la información de actualidad. Las redes han ampliado la concepción del espacio público, ampliando los actores que intervienen en la definición de los asuntos y en la configuración de las controversias. Estas reflexiones sobre la importancia de los nuevos sujetos y movimientos como actores importantes de la EPM, capaces por lo tanto de constituirse en voces y perspectivas sobre los asuntos que circulan en ella, nos lleva a constatar la existencia de asuntos conflictivos en la agenda mediática, puesto que nos interesa estudiar las dinámicas a través de las cuales los distintos actores intentan promover una perspectiva y que esta sea compartida en el espacio público y considerada como valiosa para el interés general.

El enfoque de análisis se centra entonces en el *issue* (asunto controvertido), definido como lugar de encuentro y confrontación de las perspectivas de los sujetos sobre él. A través de la representación mediática de las perspectivas de los distintos actores se negocia en los textos (los artículos de información o las piezas audiovisuales) la interpretación y significación del *issue*. **Consideramos como nuestro *issue* la prostitución y la trata de seres humanos con fines de explotación sexuales, y analizamos las noticias que tratan este asunto.** El corpus ha sido constituido a partir de una búsqueda de noticias en los medios seleccionados a partir de las palabras clave “prostitución”, “trata” etc., como explicaremos en detalle más adelante.

5.1.3. Articulación de la controversia y mediatización del debate

En esta investigación **se mapea la controversia sobre la prostitución en España a través de los medios de comunicación.** ¿Cómo podemos indagar en la controversia? Según Tommaso Venturini (2008), *“las controversias son sin duda y, por mucho, los fenómenos más complejos que deben observarse en la vida colectiva”*. El concepto de controversia sirve, en primer lugar, para hablar de situaciones en las que los actores implicados, de uno u otro modo, discrepan y, en segundo lugar, y de modo más genérico, para describir una situación de **“incertidumbre compartida”**, es decir, en la que existe un acuerdo sobre el contexto de desacuerdo (incluso cuando se produce un distanciamiento, por ejemplo una “fría indiferencia recíproca” o desconocimiento mutuo).

En el caso de la prostitución, podemos percibir con claridad que **existe un espacio del desacuerdo (y desencuentro)** ya que, en general, las posiciones están polarizadas, enfrentadas en una liza continua. Por ello, ningún estudio puede ignorar la distancia entre las distintas posiciones que se observan en torno a la prostitución en nuestro país –y a nivel internacional- y que atañen a aspectos tan dispares como las políticas de representación (imaginarios), los dispositivos de género, las normativas legales, las prácticas afectivo-sexuales, las normas morales, etc.

Para dar cuenta de **la controversia en torno al issue “prostitución y trata”**, analizaremos los discursos mediáticos de los actores interesados en este asunto, porque es a partir de las perspectivas (las “voces” de los actores, es decir, su punto de vista) como se construyen los relatos informativos. La capacidad de imponer un relato u otro, de que este se convierta en principal o hegemónico, depende del poder del sujeto que toma las riendas de un relato concreto; mientras que, por su parte, el resto de sujetos que intervienen en la controversia luchará para que se imponga otro relato distinto, complementario, etc.. Veamos esas ideas con más detenimiento.

En opinión de Venturini, *“las controversias comienzan cuando los actores descubren que éstas no pueden ignorarse y las controversias finalizan cuando los actores logran llegar a un compromiso sólido para vivir juntos”*. En la controversia sobre la prostitución, los medios de comunicación –en especial los informativos- juegan un papel crucial al constituir un espacio de mediación y de puesta en escena de la misma. Son fundamentales porque contribuyen a la producción de imaginarios, de marcos de sentido que orientarán la argumentación y de relatos. Además permiten que aparezcan y se inscriban en la esfera pública los actores involucrados o, por el contrario, que estos sean invisibilizados y excluidos de la misma.

¿Qué aspectos deben tenerse en cuenta para analizar una controversia en la esfera pública mediatizada?

Siguiendo a Venturini, veremos que las controversias pueden involucrar toda clase de actores, es decir, actores humanos (individuales o colectivos), pero también pueden actuar como actores en el relato informativo entidades que se configuran como parte imprescindible de la controversia y que adquieren un estatus autónomo, por ejemplo, en la polémica sobre prostitución, actúan la Ley y las normativas, un cierto corpus de conocimiento científico, etc. Tal vez también los espacios en los que se ejerce la prostitución (la calle, la carretera, el burdel, el piso), que crean una red con otros actores que intervienen en ellos: los viandantes, los conductores, los proxenetes, por supuesto, las mujeres, etc.

Todo puede ser un actor mientras produzca diferencias –y estas sean percibidas o tengan algún impacto sobre el resto de actores-, mientras su presencia o ausencia suponga una distinción a la hora de construir los relatos y configurar el conjunto del espacio polémico. Por ejemplo, desde nuestro punto de vista, para el estudio la controversia sobre prostitución y trata en la esfera pública mediatizada, el periodismo, sus rutinas y las tecnologías que emplea están funcionando como actores; son entidades que inciden y, en cierta forma, determinan los relatos y las perspectivas que pueden ser movilizadas en la esfera pública⁵⁴.

Estos actores no actúan de modo separado, sino que conforman redes y aspiran a alcanzar cierta estabilidad. Un ejemplo de estas redes es el **Pacto por las Mujeres**⁵⁵, una propuesta para coordinar

⁵⁴ “El alcance de la red en estudio se determina por la existencia de actores que son capaces de hacer sentir su presencia en ésta de forma individual... Inversamente, si un elemento no tiene presencia sentida influenciando la estructura de la red de una manera sensible e individual, desde el punto de vista de esa red, el elemento en cuestión no existe (p.131).” (John Law citado por Venturini).

⁵⁵ Se puede leer la noticia sobre el Pacto por las mujeres en Ameco Press: <http://www.amecopress.net/spip.php?article11007>

estrategias y objetivos de la lucha feminista impulsado por la Plataforma Feminista del Ateneo de Madrid que ha conseguido la adhesión de 47 asociaciones y entre sus reivindicaciones incluía: “*Que se apruebe la abolición de la prostitución y se tomen las medidas adecuadas para reinserir a las mujeres que la ejercen en el trabajo asalariado y la vida civil*”. Este punto provocó que algunos grupos que estaban en consonancia con el espíritu de dicho texto, finalmente no lo firmaran porque no se posicionan en el marco abolicionista, al menos de forma tan contundente. Al mismo tiempo esta red forma otra red de ámbito mayor con todos los actores que se definen abolicionistas en la controversia, por ejemplo, la mayoría de las Administraciones Públicas que se posicionan públicamente al respecto de la prostitución.

A través de estas redes, “*las controversias despliegan lo social en su forma más dinámica*”, lo que obliga a observar no sólo la homogeneidad por compartir un marco de sentido, sino la pluralidad y la fragmentación que emergen de las posiciones en conflicto. Por ejemplo, en el marco del regulacionismo las perspectivas son muy diversas, no se parecen los argumentos que esgrimen los demandantes de prostitución, a lo que reivindican las trabajadoras sexuales, ni al discurso de los proxenetes. Esta dinamicidad puede generar “*nuevas y sorprendentes alianzas*” entre entidades muy diversas (en otros ámbitos contrapuestas). En el caso de estudio, en el marco del abolicionismo se sitúan actores, a priori, poco compatibles ideológicamente, como una parte del movimiento feminista de izquierdas que comparte argumentaciones con instituciones religiosas más conservadoras.

Las controversias en el espacio público no pueden simplificarse fácilmente. Más aún si tenemos en cuenta el contexto de mediatización, en el que la participación ciudadana y el acceso al espacio público de voces antes silenciadas han crecido exponencialmente. Cuando un asunto es controvertido significa que han dejado de ser útiles y eficaces las categorías, los marcos de sentido y las perspectivas que hasta el momento operaban al respecto. Por otra parte, en el momento en que emerge la polémica todavía no están disponibles simplificaciones y articulaciones válidas y legitimadas para abordar el asunto. Por ello, “*los actores tienden a discrepar mucho sobre cualquier cosa, incluido sobre el desacuerdo en sí mismo*”. Los problemas son difíciles de solucionar, porque es imposible reducirlos a una única cuestión, ni verlos desde una única perspectiva.

“*Las controversias emergen cuando las cosas que están asentadas comienzan a ser cuestionadas y discutidas.*” (Venturini). Desde nuestro punto de vista, durante los últimos años en España –y en el contexto internacional- **la identificación del fenómeno de la trata con fines de explotación sexual, la aprobación de políticas públicas al respecto y la incorporación de este asunto a la esfera pública mediatizada ha transformado de manera radical el debate sobre la prostitución.** Anteriormente, éste se articulaba sobre todo en torno a cuestiones de orden moral como la libertad individual y a la igualdad de género. Sin embargo, la trata incorpora a la controversia otros aspectos como el tráfico de personas y los flujos migratorios, la dimensión macroeconómica, además de presuponer un enfoque de derechos humanos, de justicia e igualdad de género y entrar en relación –aunque, desgraciadamente, todavía de modo colateral- con el marco actual de la violencia contra las mujeres, tal y como ha sido definido en el espacio público contemporáneo.

Esta diversificación ha hecho saltar los límites del debate e impide que los actores se ubiquen cómodamente en un discurso preestablecido, ya que no es factible la simplificación, es decir, no pueden ignorar los argumentos de las partes contrarias, porque entre la mayoría de posturas hay al menos un punto de consenso: la realidad es compleja. Esto nos lleva a identificar que, si bien no hay un diálogo fluido entre perspectivas y puntos de vista, si existe un espacio de encuentro a partir del que articular la controversia. En otros términos, las posiciones abolicionistas no ignoran la posibilidad del ejercicio voluntario de la prostitución, y las posiciones pro-reguladoras no eluden la discusión sobre la trata. De momento, están de acuerdo en el disenso, estratégicamente movilizan

datos y argumentos, la cuestión es conocer cómo avanzará el debate y qué función cumplirán los medios para ello.

Un espacio polémico es un espacio de conflicto y aunque recuerda Venturini (2008) que “algunas controversias nunca alcanzan la intensidad de las luchas abiertas, la construcción de un universo compartido es acompañada a menudo por el choque de mundos en conflicto”. Lo que está en juego en una controversia es llegar a un acuerdo sobre qué mundos se desean. En el asunto de la prostitución lo que se pone en juego es precisamente un conflicto de poder para legitimar y consolidar esos mundos. Por ejemplo, el mundo de las trabajadoras del sexo frente al de las mujeres prostituidas; el de la prostitución callejera y el de la calle habitada por los ciudadanos cívicos; el mundo de la libertad individual sin cortapisas frente al de la intervención del estado. Sin embargo, queremos adelantar una conclusión básica de esta investigación y es que si los medios de comunicación constituyen un espacio de aparición –e inscripción- para que esos mundos actúen políticamente en la esfera pública, no todos consiguen quedar legitimados, ni siquiera ser visibles. En general, el mundo de las mujeres que ejercen la prostitución como estrategia de supervivencia y desde una toma de decisión personal, condicionada –eso sí- por las circunstancias sociopolíticas y económicas injustas; el mundo las “otras”, con toda su complejidad, ambivalencia, sufrimiento y valentía, está ausente de la controversia, tal y como esta emerge en los medios de comunicación. Pues bien, el silenciamiento, la invisibilidad y el menosprecio de ciertos mundos son un ejercicio de poder, más aún un ejercicio de poder violento.

“Las controversias son luchas para conservar o para invertir desigualdades sociales. Puede ser que sean negociadas con procedimientos democráticos, pero implican a menudo la fuerza y la violencia” (Venturini). Cuando decidimos analizar las representaciones mediáticas como un espacio de aparición de las controversias, asumimos el principio democrático de que todos los actores implicados en ella merecen ser escuchados. Si bien, este principio no implica que defendamos que la articulación de la controversia se vaya a dirimir en términos armónicos, no presuponemos una idealización de las condiciones del diálogo, sino que consideramos que este puede tener una dimensión violenta. La fuerza en los ejercicios de poder está presente, sobre todo, en las luchas frente a las desigualdades y las injusticias, lo que no impide que existan otros modos de ejercicio de poder, por ejemplo, colaborativos.

En estas luchas, “las controversias deciden y son decididas por la distribución de poder. Los actores no nacen iguales en las controversias y raramente tienen igualdad de oportunidades.” Por ejemplo, además del poder intrínseco que tiene un actor por su condición de institución pública (Administraciones, Cuerpos de Seguridad, etc.), su poder también dependerá de su capacidad para adaptarse a las rutinas periodísticas, esto es, para convocar ruedas de prensa, enviar notas, facilitar material gráfico, etc. Así, en un contexto de precariedad laboral, en el que falta personal y recursos para garantizar los estándares de calidad en la actividad periodística –por ejemplo, tiempo para hablar con las fuentes, realizar investigación, contrastar, etc.-, los actores que cooperan con el sistema periodístico, tienen más posibilidades de ejercer el poder de controlar la agenda. Como veremos, la perspectiva policial es hegemónica en el relato informativo sobre la prostitución, puesto que es un actor que interviene activamente en la producción de noticias. Esta acción informativa permite aumentar su poder en el marco de la controversia, una situación que afecta al modo en que se discuten y se dirimen el conjunto de asuntos polémicos sobre la prostitución y la trata en la esfera pública.

En otras palabras, el desarrollo en el tiempo de los discursos informativos sobre los asuntos públicos, contribuye a conformar el debate entre las diferentes perspectivas y actores interesados en ellos (sociedad civil, expertos, instituciones, actores políticos, etc.) y condiciona las opiniones y las posturas que están legitimadas –que pueden defenderse- en el espacio público, así como el

peso que tiene cada una de ellas en dicho debate (Peñamarín, en prensa). “En pocas palabras, cuando usted busca controversias, busca donde la vida colectiva es más compleja: dónde está involucrada la mayor y más diversa variedad de actores; donde las alianzas y la oposición se transforman imprudentemente; donde nada es tan simple como parece; donde todo el mundo está gritando y peleando; donde crecen los conflictos más duros” (Venturini, 2008).

La controversia nos habla de la vida social a través de los relatos, los imaginarios, los marcos de sentido y las perspectivas con las que se dibujan mundos posibles, como los implicados en el fenómeno de la prostitución y la trata. Estos mundos son fluidos, dinámicos y erráticos; al contrario de las ideologías sobre ellos que son, según Venturini, ordenadas y armoniosas. Se trata de indagar cual es la relación entre ambos, percibir qué significado atribuyen los actores a las posiciones propias y ajenas y, cómo desde el disenso de partida, dichos actores se orientan hacia un lugar común. Pero, teniendo en cuenta que “un mundo común es posible, pero no como “algo que nosotros reconocemos, como si hubiera estado siempre aquí (y hasta ahora no lo habíamos notado). Un mundo común, si va a ser uno, es algo que tendremos que construir, con uñas y dientes, juntos” (Latour, 1994c, p 455). **Todo apunta a que la controversia que nos ocupa no va a encontrar una fácil solución porque involucra dimensiones legales, políticas, de género, de etnia y pertenencia cultural, de clase; estamos ante un conflicto dotado de una intensidad afectiva significativa y un dilema profundo en relación a los sentimientos morales y los principios éticos.**

Por este motivo, nos parece que el marco teórico aquí descrito, que aborda el tratamiento de la prostitución y de la trata con fines de explotación sexual desde el punto de vista de las controversias y de las perspectivas de los actores sobre ellas, es útil y necesario a la hora de concertar una acción informativa sobre una política en este ámbito, puesto que con un análisis de este tipo visualizaremos las distintas perspectivas disponibles en la esfera pública y los puntos controvertidos sobre los que hay que informar, reflexionar y discutir.

5.1.4. Relatos, línea editorial e identidad del medio

Es un lugar común la idea de que en la información mediática se cuentan historias sobre nuestro mundo, pero ¿de qué modo relatos y controversias están entrelazados? ¿Cómo un relato o una historia sobre un acontecimiento periodístico incide en un debate y en la definición de las posturas? En primer lugar, nos detendremos en la idea de que las noticias son casi-narraciones. Aunque una noticia nos narre un suceso, a menudo sólo nos cuenta una parte del mismo, no sabes qué pasó antes, porqué llegó a suceder el hecho informativo y, habitualmente por la falta de seguimiento, solemos desconocer también qué pasa después. La noticia tipo no elabora un relato con principio y fin, sino que es en la sucesión de noticias sobre un tema, ya sea en el mismo medio o en otros (o en otras fuentes propias de los discursos ficcionales, políticos, etc.), como los receptores de las informaciones van reconstruyendo un relato, o más bien un cuasi-relato, más o menos homogéneo sobre un cierto acontecimiento público.

Si pensamos en el relato sobre las redes que se dedican a la trata con fines de explotación sexual, ninguna noticia contendrá todos los datos, personajes, contextos, etc. necesarios para armar un relato coherente sobre este asunto. Serán los lectores quienes a través de una lectura sucesiva, armarán la trama a partir de sucesos a menudo presentados de modo aislado, desconectados entre sí. Por ello, los relatos informativos son constitutivamente transmediáticas, esto es, no se elaboran con una única fuente (medio) sino gracias a la circulación de la información de un medio a otro y de ahí al espacio de la recepción.

Esta sucesión de casi-relatos elabora una historia continuidad sobre la prostitución y la trata, construida a través de episodios que van surgiendo de modo regular en los medios, aunque no lleguen a emerger como un acontecimiento periodístico significativo, ni movilicen los recursos que se ponen en juego sobre otros asuntos públicos (por ejemplo, los referidos a la corrupción). El goteo constante de noticias, fundamentalmente, sobre desarticulación de redes de trata ha alcanzado hoy el mismo tipo de tratamiento que otros fenómenos rutinarios como los accidentes de tráfico o las víctimas de violencia de género. Aunque no son solo estas las noticias que se reiteran, la repetición afecta a otros relatos típicos: polémica sobre normativa, historias de “prostitutas de lujo” o proyectos de rehabilitación para mujeres. En este mismo sentido, se pronunciaba Anabel Puñal hace algunos años. **Lo frecuente es su tratamiento como suceso, desligado de las causas y del contexto que dan origen al mismo.** Se aborda el acontecimiento puntual, del que llega información a partir de las fuentes habituales (a menudo de carácter oficial, policiales y en menor medida judiciales) pero se obvia su abordaje como tema, como problemática social (Martínez y Puñal, 2006: 18-31).

Son fenómenos repetidos, aunque exista singularidad en cada uno de ellos, lo que importa al relato transmediático es lo que tienen de tópico; lo que, de una noticia a otra, se reitera y consolida como un lugar común, desde el que interpretar y orientar las diferentes perspectivas. Estos acontecimientos de rutina no pierden su atractivo noticioso porque están dotados de la capacidad de explicitar las múltiples realidades sociales que les atraviesan y que, en cierta medida, contribuyen a modelar (Souza y Carvalho, 2011). Pese a la aparente sencillez y falta de novedad en la construcción de la mayoría de las noticias sobre prostitución, en el entramado que componen en conjunto se activan cuestiones básicas de orden sociocultural y político, acerca de la sexualidad, la moral, los mecanismos de la biopolítica, las relaciones sociales de género, la injusticia y la dominación, así como sobre los límites de la actividad económica legítima.

De este modo rutinario, **asuntos como la prostitución y la trata entran en el espacio de la vida cotidiana**, porque difícilmente -salvo casos puntuales- nos encontraremos con un tratamiento excepcional, marcado por la sorpresa y la disrupción. Esta estrategia no le resta valor, ni se trata de valorarla en términos morales, como mejor o peor, frente a otro tipo de tratamientos. Por el contrario, identificar esta dinámica, puede servir para adaptar las estrategias de intervención sobre las representaciones, si el objetivo es modificarlas y sensibilizar con ello a la ciudadanía.

La cobertura rutinaria es una historia en marcha, cuyos capítulos se despliegan regularmente a través de las ediciones de varios canales de noticias (Souza y Carvalho, 2011) y se mantienen en la agenda, gracias al carácter inconcluso del fenómeno y también a la indefinición de los debates.

El periodismo representa la realidad necesariamente a través de fragmentos, en ellos aparece la singularidad a través de nombres, fechas y circunstancias específicas, pero no debe pensarse en esta condición de manera ingenua. La fragmentación no implica sin más manipulación o alienación del sentido, porque la singularidad es una dimensión de la realidad, en la que también está contenido lo particular y lo universal, no obstante, esta significación universal (que va más allá del caso concreto que se narra) puede ser apenas sugerida. La prostitución y sus noticias, además de estar indicando situaciones particulares, están apuntado y orientando hacia **modos de organización de la sexualidad y de las relaciones de género.** Como dicen Leal y Carvalho (2012), estos acontecimientos que son aprehendidos por la producción noticiosa, pasan a contener una carga social que no se agota en la singularidad del hecho relatado (una operación policial, el dato de una encuesta de percepción o una historia de vida).

La razón de ser de las informaciones es, por tanto, pasar desde una fuente o una agencia de información (como EFE o Europa Press) a los distintos medios, donde son expandidas, condensadas, documentadas, ilustradas, elaboradas en múltiples modos para conformar el sentido

de aquello de lo que tratan y fomentar el interés de sus receptores –quienes, a su vez, suelen comentarlas y transformarlas de nuevo en sus conversaciones sobre los asuntos públicos. Por eso, son las conversaciones el lugar fundamental de formación de la opinión, no sólo los medios. (Peñamarín 2014:104).

En los artículos y en las noticias (compuestos por piezas sucesivas y, especialmente en los medios online, que contienen diferentes entradas, comentarios, links, etc.), el asunto controvertido (*issue*) se construye, se modifica, se refuerza, se transforma o, incluso, se suprime gracias a los diversos relatos en que se le da forma que, como decíamos, no pertenecen a un único medio.

Por otro lado, defenderemos la idea de que las controversias pueden ser entendidas narrativamente. Si las noticias recogen un debate y ofrecen informaciones que tienen impacto en este, por su modo de cubrirlo, por las voces y puntos de vista que movilicen, estarán avanzando a través de su relato una conclusión u otra, es decir, propondrán una solución al conflicto. Este es el caso de la publicación de noticias sobre diversidad funcional y asistencia sexual, aunque la noticia no adopte una estructura narrativa, el relato que presupone la movilización de este tema y las perspectivas implicadas, propone una narración de base sobre cómo dirimir el debate sobre la regulación de la prostitución. En este caso, las noticias que abordan estas prácticas estarían ampliando el relato sobre quiénes son los clientes y qué relación establecen con las mujeres; en general, son informaciones que apuntan u orientan el debate hacia la regularización, ya que el relato se presenta sin la sanción moral que suele acompañarlo, porque se circunscribe la prostitución a un acto de asistencia, de servicio y además se presenta a los actores en posiciones de poder si no intercambiadas, si al menos desplazadas con respecto a la jerarquización clásica que se produce entre clientes y prostitutas en el marco de una relación heterosexual patriarcal.

Como mostraremos en el análisis, acerca de la prostitución y la trata observamos una gran narrativa compartida por el conjunto de los medios españoles, que remite a la lucha contra la trata desde el punto de vista del éxito policial. Al margen de este relato hegemónico, dotado de una homogeneidad considerable (que se puede explicar, entre otros factores, por la estructura productiva de los medios y por el poder de los actores institucionales del Estado para fijar la agenda), localizamos otros relatos de diversa entidad: sobre el ejercicio de la prostitución voluntaria, sobre los cambios legislativos, sobre la convivencia ciudadana, sobre la actuación de los clientes famosos, etc. Cada uno de ellos participa incidiendo en la conformación de la polémica.

En el contexto de estos relatos transmediáticos compartidos, se observan diferencias debidas a la línea editorial de cada medio. La **línea editorial** es aquella posición que el medio explicita sobre sí mismo, por ejemplo, aquella que se deduce de sus valores ideológicos (ABC y la defensa de la moralidad cristiana, frente a la retórica de las libertades individuales en El País); o de su posicionamiento sobre un asunto específico (Público y 20 Minutos se muestran contrarios a la publicación de anuncios de prostitución).

Frente a este discurso proclamado en la línea editorial, se encuentra la **identidad de cada medio**, es decir, lo que efectivamente hace en relación a cada acontecimiento periodístico y que puede variar en mucha mayor medida. Así, en la cobertura sobre temas de prostitución un medio puede alterar o diversificar los enfoques de una sección a otra, de un periodo a otro, incluso podríamos ver perspectivas contradictorias en un mismo día y sobre un mismo asunto.

Lo que hay es una contraposición constante de encuadres, de ambigüedades, de ahí que se pueda dar que una noticia contra la trata con perspectiva abolicionista, venga seguida en el mismo medio de otra que naturalice la prostitución como un fenómeno inevitable. El producto periodístico no es homogéneo, tiene tonos, matices, rupturas y continuidades que explican cómo interviene en la

regulación de la comprensión que se hace en España de la sexualidad. Por esta razón, generalmente, es complicado atribuir a un medio una orientación homogénea sobre un asunto, puesto que estamos ante un dispositivo (los medios de comunicación) que aúna múltiples voces, dadas ya sea por los periodistas y articulistas, ya sea por las perspectivas de los actores implicados recogidas o silenciadas en las noticias. No obstante, conviene recordar que la polifonía, es decir, incorporar distintas voces en un medio, no tiene porqué presuponer una pluralidad de puntos de vista, distintas voces en una noticia pueden estar al servicio de una única posición social, de un único contrato o punto de vista en torno al sexo, la moral, etc.

La línea editorial trata de construirse y controlarse en virtud de la imagen de un destinatario ideal, y el contrato de un medio con su público va a marcar el tono, por ejemplo serio, comprometido, etc.; sin embargo un medio –y más en el entorno de la cultura digital- no puede funcionar con un único destinatario ideal, de ahí que pueda ser útil atender a la identidad particular del medio, para comprender las contradicciones que caracterizan la construcción mediática de los asuntos públicos.

5.1.5. El imaginario social construido sobre el fenómeno de la prostitución: mitos, estereotipos e imágenes.

El debate ideológico que en el seno del movimiento feminista internacional y español, se está librando en lo concerniente a la prostitución, alude al menos parcialmente a los mitos, estereotipos y las imágenes que sobre este fenómeno, se encuentran fuertemente arraigados en el imaginario colectivo de nuestras sociedades. Estos mitos se refieren *per se* a la prostitución pero también a las mujeres que la ejercen, a la libertad sexual de las mujeres y a los modelos normativos de sexualidad, a los clientes, así como en general, a las relaciones entre mujeres y hombres.

Los mitos, según explicó, Roland Barthes, naturalizan el sentido ideológico, organizan sistemas de sentido y creencias que se imponen como modelos de sentido común y que están en la base de las estructuras sociales y acciones, cumpliendo en ese sentido con una función pragmática. Ciertos mitos, vinculados a imágenes y estereotipos diversos, se han constituido en creencias sociales incuestionables, transmitidos y reproducidos de generación en generación, por la literatura, el cine o los medios de comunicación, y se encuentran en el fundamento mismo, como en el caso de otras problemáticas sociales, de la cuestión de la prostitución. El conocimiento de imaginarios presentes en la interpretación social de los fenómenos, reviste un gran interés por cuanto permite indagar en las percepciones y actitudes de la sociedad sobre un hecho, conocer qué papel juegan los diferentes actores implicados en una realidad y finalmente, y en conclusión, definir líneas de intervención política *ad hoc*. El conjunto de imágenes y estereotipos forman parte de lo que algunas autoras denominan como una “ideología de la prostitución”⁵⁶.

A continuación se describen las principales imágenes, estereotipos y mitos sociales relacionados con la prostitución que, en mayor o menor grado, han condicionado el discurso informativo sobre este fenómeno y sobre la trata con fines de explotación sexual:

- El primero de estos mitos, relativo a la entidad del fenómeno, se refiere a que **la prostitución es el oficio más viejo del mundo** o que ha existido siempre y por esa misma razón, siempre existirá, como si se tratara de un axioma, un fenómeno de la naturaleza o una ley de la Física, inalterable por la acción humana, como los eclipses o los huracanes. Esta sigue siendo una metáfora recurrente en los medios, aunque no tan utilizada como antes. Veremos su empleo pormenorizado en el estudio de caso sobre las representaciones de la prostitución como oficio voluntario.

⁵⁶ Kathleen Barry, Carol Pateman y Sheila Jeffreys han sido las tres autoras feministas que más han colaborado en su definición.

Lo cierto es que, históricamente, ha habido fenómenos o instituciones consideradas naturales e inmutables que con los cambios sociales han desaparecido, como el caso de la esclavitud.

- El segundo de esos tópicos o ideas míticas, estrechamente ligado al anterior, se refiere a que **la prostitución es un hecho reprochable pero un mal menor** que previene otro tipo de problemas sociales o de orden público, uno de los estereotipos asociados a las funciones bondadosas que cumple la prostitución.

Este es uno de los tópicos más arraigados en la opinión pública, a tenor de los resultados ya mencionados de la encuesta del CIS. La prostitución es execrable e indeseable, pero su existencia **evita delitos de violencia sexual hacia otras mujeres**. A partir de la tradicional concepción de que la sexualidad masculina es urgente, imperativa, incontrolable y necesitada de resolución, se considera que la prostitución absorbe una demanda sexual que de no ser canalizada, derivaría en abusos sexuales y violaciones a las mujeres normales, “buenas”. En ese sentido, la prostitución funciona como válvula de escape, como mal menor. Esto entronca directamente con el mito siguiente.

- La prostitución cumple, asimismo, con una necesaria **función social de proporcionar alivio, compañía y afecto a los hombres que lo necesitan**. La prostitución permite atender las necesidades de sexo, afecto e intimidad que muchos hombres tienen, que no son explotadores sino que tienen necesidades sexuales urgentes que deben ser atendidas. Esto es aplicable fundamentalmente a los aislados socialmente o a los que tienen algún tipo de discapacidad, pero vale también para todos aquellos hombres con algún tipo de carencia emocional o afectiva en sus vidas de pareja o familiares. En el marco de esa creencia se incluye la idea de que la prostitución ha servido para **proporcionar educación sexual práctica** a muchos hombres, o para que **cumplan sus fantasías sexuales** más salvajes con las mujeres “especiales” con las que ese tipo de sexo descarnado puede realizarse⁵⁷.

Lo cierto es que numerosos estudios demuestran que la mayoría de los clientes de prostitución son hombres casados, sin problemas de aislamiento social ni enfermedades, e incluso algunos estudios que establecen una correlación entre legalización de la prostitución y aumento de la violencia sexual. Estos estereotipos, además de explicar la existencia y perdurabilidad del sistema prostitucional, han servido tradicionalmente para eximir al cliente de su potencial responsabilidad en dicho sistema.

Los relatos informativos no suelen poner el foco sobre estos dos mitos, principalmente, porque no se habla de la demanda, ni de los clientes; de ahí, que no se mencionen este tipo de argumentos. Sólo en ocasiones puntuales los artículos de opinión que defienden la regulación de la prostitución apelarán a su “función” social, a su servicio como contención. Lo que sí se puede encontrar es la descripción de los clientes o prostituidores como personas que vejan a las mujeres y las tratan como objetos, por ejemplo, utilizando para ello la metáfora de demanda de “carne”.

- Un cuarto mito, vinculado a las *bondades* de la prostitución alude directamente a las prostitutas. Según este mito, **en realidad la prostitución es una elección voluntaria de estas mujeres que lo hacen como una forma de ganar dinero rápido y porque les gusta**.

El ejercicio voluntario puede quedar caracterizado como una puesta en práctica de una sexualidad desbordante y viciosa, desaforada, ajena a la sexualidad normativa de las

⁵⁷ Entroncando con las narrativas de los prostituidores descrita por Sven-Axel Månsson.

mujeres normales y decentes, que hace que se dediquen a la prostitución para saciar ese deseo. De esta forma, ganan dinero al tiempo que obtienen placer.

Estas no serían mujeres normales sino un colectivo de mujeres que en el imaginario colectivo, eligen ser putas por vocación. De esa forma, estas mujeres cumplen con su vocación y finalidad en la vida, satisfacen sus deseos individuales (y de paso las fantasías masculinas, en lo que constituye una forma de sexualidad subordinada) y sus funciones colectivas (las descritas con anterioridad). De ahí que una *puta no pueda ser*, en el imaginario colectivo, *violada*.

La representación mediática es ambivalente a este respecto, porque en la idea de decisión propia conviven muchos puntos de vistas. Principalmente, el relato mediático alude de modo presupuesto –en ocasiones, de forma directa- a este estereotipo que afectará a la interpretación que se da a la perspectiva que reivindica esta decisión como un acto libre en el marco de la defensa de los derechos laborales y la lucha contra la estigmatización. Sin embargo, haría falta hacer un estudio de la recepción y los discursos sociales para saber si esta perspectiva se interpreta de modo autónomo o está condicionada por el estereotipo que estamos mencionando y que hace aparecer a las mujeres en el espacio mediático mediante estrategias de hipersexualización, biologización y, caracterizadas por una falta de moralidad normativa.

- De acuerdo con este estereotipo, otra idea prevaleciente es que **la relación de la prostituta con el cliente es de igual a igual**. La prostituta puede elegir, como ya se comentaba, qué servicios sexuales presta, con quién lo hace, y cuáles son sus tarifas. En los medios, se pueden encontrar testimonios de mujeres que defienden esta situación, por ejemplo, las que están organizadas en el Colectivo Hetaira o en la Asociación Genera.

En ese sentido, la prostitución es el máximo exponente de la liberación sexual de las mujeres, un comportamiento sexual y vital femenino autónomo, empoderado, capaz, liberado de la moralidad sexual pequeño-burguesa y en el que la prostituta tiene la máxima autonomía: decide con quién o quiénes se acuesta, con cuántos, en qué condiciones y además, percibe dinero por ello.

Evidentemente, esta posibilidad no aparece en los medios de manera tan expresa, tampoco se suelen ofrecer relatos (salvo excepciones) los que se romaticen las condiciones del ejercicio de la prostitución, más bien al contrario, se suelen abordar los aspectos negativos de la prostitución, incluso desde perspectiva pro-reguladora. Por ejemplo, al abordar la falta de derechos laborales, de una legislación que les ampare, la falta de lugares y recursos para ejercer con seguridad.

Por otro lado, ya sea a través de noticias o mediante los artículos de opinión, los medios cuestionan esa relación de igualdad, con más o menos acierto. Dado que las mujeres son las grandes ausentes del relato informativo y que los clientes están ausentes también de la información, lo cierto es que la representación presupone otras relaciones de igualdad que, como apunta Marcela Lagarde, vinculan al cliente con el proxeneta, que son quienes contratan *sobre* el cuerpo de ella. El contrato *no es con ella*, de forma que no hay una relación simétrica. Ella es el objeto en venta.

Esta posición de intercambio y de circulación de las mujeres podría también quedar reforzada por el relato policial sobre la trata, en el que de manera exclusiva y exhaustiva las mujeres son víctimas, a las que se les niega la capacidad de agencia, de actuar, de tomar decisiones y responsabilizarse de ellas. Y esto implica que si no son representadas como personas, ciudadanas en igualdad, sólo desde una noción muy restrictiva de víctima, no podrán reivindicar la legitimidad y el valor de sus estrategias de supervivencia.

Muchas de estas imágenes y estereotipos, continúan en el imaginario social porque son repetidas sin cuestionamiento, hasta la saciedad, tanto por los medios de comunicación social como por el discurso que las organizaciones políticas, sociales, académicas o religiosas vierten a la opinión pública. Estas imágenes también perduran y cristalizan a través de las creaciones artísticas y literarias, del cine y el teatro, de las series de televisión y de los contenidos de internet⁵⁸ (en las que con frecuencia la “puta” se ha convertido en un personaje más, una suerte de icono estereotipado) y se refuerzan en los usos que en esas obras y medios se hace del lenguaje y de los marcos de sentido.

Sin embargo, **la representación mediática también tiene la capacidad de transformar, cuestionar, traducir o desplazar estos mitos e imaginarios**. Por ejemplo, hace menos de una década que de forma sistemática los medios españoles han incorporado el asunto de la trata con fines de explotación sexual entre los acontecimientos periodísticos que reclaman atención. No podemos afirmar a la luz de los análisis realizados que los cambios en los imaginarios sobre la prostitución sean radicales, evidentemente es preciso una mayor reflexión, la aplicación de enfoques de género sobre este tema y una avance en el debate social al respecto; pero si podemos afirmar que los cambios son significativos. A riesgo de ser excesivamente optimistas, creemos que se está avanzando en una dirección adecuada: se visibiliza una realidad que era invisible, se establece un terreno políticamente correcto que, pese a todas las limitaciones, sanciona las representaciones racistas y vejatorias más extremas; se amplían las voces en el discurso informativo incorporando a las organizaciones especializadas; se siguen los debates sociales y políticos sobre la normativa, tanto de trata como sobre prostitución. Las representaciones mediáticas sobre la prostitución siguen siendo en general desiguales e injustas, no incorporan la perspectiva de género en la medida en que sería necesaria y valiosa, pero eso no equivale a decir lo que se puede leer hoy en los medios es idéntico a lo que sucedía dos décadas atrás.

5.2. Perspectiva metodológica

5.2.1. Análisis de contenido

El empleo del análisis de contenido en esta investigación adopta una perspectiva sugerida por el investigador brasileño Bruno Souza Leal y su equipo (2012). El objetivo del rastreo cuantitativo no es en nuestro caso la búsqueda de una representatividad estadística, sino la reconstrucción de una indicialidad productiva, es decir, **evitar que todo termine en una categorización, sino que ésta sea el principio, que abra caminos para explorar la controversia a través de los acontecimientos periodísticos**, que la cuantificación sea una guía para indagar en la complejidad a través de una visualización exploratoria.

El empleo de palabras claves, de lugares comunes e imaginarios en el discurso periodístico procura anclar la información, cerrar su sentido, hacerla comprensible, por ejemplo, al establecer relaciones con noticias anteriores, al utilizar marcos y patrones de representación reiterativos; y con todo ello entretejer una trama que fortalezca el relato de un asunto. Sin embargo, en el proceso de

⁵⁸ Hay numerosos ensayos a este respecto. Sirva de ejemplo la guía editada por el Ayuntamiento de Madrid *Prostitución en la literatura*, disponible en <http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/Bibliotecas/Equipamientos/ficheros/guia2.pdf>. También Aguilar, Pilar (2010): “El cine, una mirada cómplice en la violencia contra las mujeres” en Ángeles de la Concha (coord.), *El sustrato cultural de la violencia de género*, Madrid, Síntesis, pag.241-276.

investigación cuando se localizan estos nodos del discurso periodístico que caracterizan la representación de un acontecimiento más que describir el cierre, se desea detectar su dinamismo, su inserción en el entramado de actores, valores, perspectivas, objetos que participan de la controversia sobre dicho asunto en particular. Así, una palabra o fragmento de discurso puede funcionar como un índice de lo que está ausente. Por ejemplo, en este estudio la presencia –incluso hipervisibilidad- de “las mujeres” no está hablándonos de su protagonismo, de su voz, sino que es más un indicativo de su desaparición en el discurso informativo.

5.2.2. Análisis del discurso

En esta investigación incluye un enfoque cualitativo a través del análisis del discurso, de orientación semiótica. Este enfoque teórico y metodológico estudia la comunicación a partir del concepto de texto (sea ello un artículo escrito, un cuadro, una película, una canción o incluso un espacio físico como un museo o una plaza), considerado como una acción discursiva y de práctica social del lenguaje. Comprende el discurso como un acto expresivo que remite a la interacción entre los sujetos involucrados, en este caso el discurso sobre prostitución y trata pone en relación a través de los medios de comunicación a los actores principales del fenómeno con los lectores o espectadores de las noticias.

Por un lado, al considerar que el discurso es un acto o una acción nos fijamos en su performatividad, es decir, en la capacidad de mismo para intervenir sobre la realidad, sobre los sujetos y sus relaciones, más allá de la dimensión simbólica o textual. Por otro lado, implica que los discursos se forman y varían según la situación y el contexto mediático de producción y difusión, esto es, quién los produce, para quién y con qué objetivos, qué ejes intervienen en este proceso (clase social, institución, educación, hábitos etc.). Los discursos son prácticas sociales (políticas e ideológicas) porque a través de ellos se naturalizan, refuerzan, cuestionan o desplazan las relaciones de poder, las ideologías y las creencias.

De ahí que analizando las noticias, artículos, fotografías y videos sobre la prostitución y la trata podemos ver cómo se construye el sentido, las relaciones de significación entre lo que se muestra (las palabras que se usan, las imágenes etc.), como se muestra (dentro de que género de información, en qué medio, por parte de que periodista o redacción) y lo que esto realmente implica a nivel de significados, ideas y juicios que llegan al destinatario, al público en general. Además, nos permite reflexionar sobre el proceso comunicativo fuera de los ámbitos delimitados exclusivamente por los textos y los discursos y atender a cómo estos tienen una incidencia sobre con los actores representados en las noticias y los destinatarios de las mismas, así como en las estructuras sociales, por ejemplo, los órdenes socio-sexuales o migratorios.

Además del discurso como acción o práctica social, nos interesa del discurso informativo su dimensión narrativa, esto es, cómo produce relatos en los que intervienen actores que desean e intentan obtener ciertos objetos que son valiosos para ellos. Según la teoría de la narratividad de Greimas (1979), un actor político a la hora de hablar en la esfera pública sobre un asunto, trata de definirlo como un objeto de valor, añadiéndole características, juicios, prejuicios, vinculando a otros actores, etc. Cada actor que participa en la esfera pública abordará el asunto desde “su” punto de vista, pero intentará que su perspectiva particular se convierta en valiosa también para el resto de destinatarios, sólo así logrará que su visión del mundo se transforme en hegemónica, esto es, compartida por la mayoría de los actores sociales. Los actores que participan en el debate procurarán que sus intereses y miradas estén integrados en el conjunto de los intereses y valores públicos compartidos.

Todos los actores que identificaremos en el relato sobre la prostitución y la trata hacen esfuerzos para que sus perspectivas sean incluidas (junto con las otras existentes) en la narración que los medios construirán sobre el tema. Los periodistas tendrán en cuenta algunas de ellas (otras serán ignoradas) a la hora de redactar las noticias y conformar su discurso. No conviene olvidar que los periodistas y los medios (a través de su línea editorial) también tendrán su propia perspectiva y punto de vista, más o menos definido que afectará al modo en que valoran a unos y otros actores y a las formas que tienen de incorporar sus propuestas,

Cada sujeto (que puede ser individual o colectivo, como una institución) tendrá que hacer llegar al periodista o visibilizar en otros espacios de la esfera pública su punto de vista, a través de las herramientas que estén a su disposición como blogs, comunicados de prensa, eventos, sus propios medios (magazines *on line*, etc.) o la acción directa (consiguiendo entrevistas, por ejemplo). El discurso que organizará el periodista en una noticia sobre el asunto de la prostitución y la trata dependerá precisamente de cómo los otros actores involucrados (víctimas de trata, trabajadoras sexuales, proxenetas, instituciones públicas, asociaciones civiles, etc.) sean capaces de hacer oír sus planteamientos y convertir en valiosas sus perspectivas, porque las más influyentes serán las que el periodista escoja para organizar su relato.

A través de este enfoque semiótico de análisis del discurso identificaremos los principales relatos que se incluyen en el discurso mediático, cómo se caracterizan sus figuras principales y cómo se muestran las diferentes perspectivas al respecto; así mismo, rastreamos quienes son los actores que sirven de fuentes a los periodistas y cuáles de entre ellos tienen más capacidad de incidencia. Todos estos aspectos del tratamiento informativo promueven en la Esfera Pública una serie de marcos interpretativos sobre la controversia en torno a la prostitución y la explicación sobre el fenómeno de la trata con fines de explotación sexual en España.

5.3. Muestra empleada en el análisis de contenidos informativos

Para abordar el análisis de la información mediática sobre prostitución y trata con fines de explotación sexual se tomó como **universo de referencia los medios españoles de ámbito nacional, con especial incidencia en Madrid**. Antes de fijar la muestra definitiva se realizó una primera aproximación en los siguientes medios:

El País	RTVE	Interviú
El Mundo	Telemadrid	Marca
ABC	Antena 3	As
Público	Telecinco	Expansión
20 Minutos	Economista	Cinco Días
La razón		
Diario.es		

En primer lugar, se realizó una búsqueda en las páginas web de estos medios para comprobar si publicaban noticias sobre prostitución. Para ello, se utilizó en los correspondientes buscadores la palabra “prostitución”. Con esta búsqueda se desecharon los periódicos: As, Expansión y Cinco Días. El periódico Marca y la revista Interviú publicaron en el periodo de referencia escasas informaciones que si bien se han tenido en cuenta, no son comparables con el resto de medios que conforman la muestra. El Economista presentaba una gran cantidad de noticias ya que indexaba básicamente toda la información de agencias (Efe y Europa Press). Dado que no había una elaboración propia por parte del periódico también se desestimó.

Para decidir el resto de medios analizables, se consultó el último dato publicado –Oct/Nov 2013- sobre la Visita de sitios de Internet en el último mes del Estudio General de Medios y el número de seguidores en Facebook y Twitter, porque si bien la difusión en términos comparativos podría no ser muy alta, un medio puede obtener relevancia actualmente sosteniéndose en su comunidad de seguidores.

Así mismo, se tuvo en cuenta la línea editorial de los medios con respecto a su posición ideológica general, con el fin de obtener una representación equilibrada del espectro político. Además se consideró la posición de los medios en relación con la publicación de anuncios de contactos. Este último criterio fue la razón para seleccionar al periódico Público, mientras que El País, 20 Minutos, ABC y El Mundo se incluyeron por ser los medios de referencia y con mayor difusión a nivel nacional en España.

Tabla 1: Distribución de medios de comunicación de la muestra, según seguimiento en redes sociales

PERIODICO	FACEBOOK	TWITTER ⁵⁹
El País	795 16	3,14M
Marca	1 733 660	1,97M
Público	707 010	422K
Periodismo Humano	194 980	117K
El mundo	448 933	1,39M
RTVE	333 006	647K
20 MINUTOS	174 112	508K
ABC	202 882	491K

Fuente: Elaboración propia

Para el caso de las televisiones, por motivos técnicos se optó por aquellas que facilitan la recuperación de noticias particulares mediante el buscador de su web, desechando Antena 3 y Telecinco e incluyendo RTVE. Por otro lado, al priorizarse medios con implantación en Madrid, para garantizar en la muestra coberturas locales de esta ciudad, se incluyó en el análisis Telemadrid.

Por último, se revisaron, de forma no sistemática, medios minoritarios que aportan una cobertura especialmente cuidada del objeto de estudio y que han servido como modelos de contraste o porque incluían noticias de interés para el estudio. Se consultaron informaciones, reportajes y especiales publicados en la Agencia AMECOPress, la revista Píkara, en el periódico Eldiario.es y en Periodismo Humano.

5.3.1. Construcción del corpus

El periodo de noticias elegido para el análisis abarca 5 meses, desde el 15 de Octubre de 2013 al 15 de Marzo de 2014, en los siguientes medios:

- Prensa: ABC, El País, El Mundo, 20 Minutos, Público, Marca
- Televisiones: RTVE, Telemadrid
- Revistas: Interviú

La investigación emplea una estrategia metodológica combinada, con técnicas cuantitativas y cualitativas, si bien la perspectiva prioritaria es el análisis de discurso. Para llevar a cabo este

⁵⁹ M equivale a millones y K a miles de seguidores.

estudio, se ha empleado el análisis de discurso asistido por ordenador, mediante el programa informático ATLAS.TI (Versión 6.2).

El proceso de construcción de la muestra comenzó con la búsqueda de noticias a través de los buscadores de las web. Este procedimiento presenta ciertas limitaciones ya que está determinado por las particularidades de la herramienta de búsqueda de cada medio. Se consideró utilizar las etiquetas, sin embargo, no todos los periódicos, ni televisiones cuentan con este modo de clasificación de las noticias; por ello, se optó por emplear la palabra “Prostitución” modo general, ya que además algunos buscadores no permitían el uso de lexemas como “prostitu”, que incluiría prostitución, prostituta, prostitutas, etc.

En el caso de las noticias en prensa, se copiaron las informaciones en un procesador de textos incluyendo titular y subtítulos, cuerpo de la noticia, fotografías y datos sobre comentarios y redes sociales (Facebook y Twitter). Así mismo, si la noticia incluía video se señaló y se copió la imagen de cabecera de la pieza.

Para las televisiones, se archivaron los titulares y el cuerpo de la noticia que acompañaba el video, además de las imágenes que aparecían en la web, tanto si se trataba de imágenes fijas como si de instantáneas relativas a la vídeo-noticia. Se ha buscado diferentes palabras clave “prostitución”, “trata”, “explotación” en los motores de búsqueda (propios) de las web, entre ellos la que reunió más noticias fue la búsqueda por “prostitución. En el caso de RTVE, el buscador incluía también los Telediarios completos, y tras comprobar que las mismas noticias se encontraban de manera individualizada, se eliminaron. Sin embargo, tanto en Telemadrid como RTVE las videonoticias son muy pocas en relación a las noticias sin video (9 de 20 para RTVE, 10 de 21).

La muestra definitiva está compuesta por las siguientes noticias:

Tabla 2: Número de noticias analizadas, según medios de comunicación de la muestra

El País	El Mundo	ABC	20 Minutos	Público	RTVE	Telemadrid	TOTAL MUESTRA
80	123	150	55	34	20	29	491

Fuente: Elaboración propia.

En la muestra no hemos tenido en cuenta las 3 noticias de Marca, ni las 7 de Interviú que, al igual que las noticias de los medios minoritarios consultados y no incluidos en la muestra (Periodismo Humano, eldiario.es), han servido para fundamentar el análisis cualitativo, que también incluye menciones a algunas informaciones de los medios seleccionados publicadas fuera del periodo considerado.

A la luz de la cantidad de noticias recopiladas no parece que estemos ante una producción menor, aunque sí se puede decir que **ni la prostitución ni la trata son asuntos con agenda propia, ni reciben un tratamiento diversificado** por el espacio de las piezas, la falta de producción propia en los distintos medios, la escasa opinión, la dependencia de fuentes oficiales, etc.

5.3.2. Descripción de la muestra

La búsqueda de noticias, como hemos explicado, se realizó a través del lexema “prostitu” cuando fue posible y “prostitución” en el resto de los casos. Del número total de noticias, hay algunas que no son relevantes para la investigación o no de manera directa, pero se trata de un porcentaje muy pequeño. No es habitual utilizar esta palabra en otro sentido, hay un par de casos en los que se habla de modo metafórico de la “prostitución de la política”.

En el caso de las noticias que no están directamente relacionadas con la prostitución y la trata con fines de explotación sexual, **se menciona este fenómeno generalmente para calificar un espacio, un personaje o un tipo de vida.** Así, por ejemplo, está presente en un conflicto de barrio en Málaga donde se discute cómo debe hacerse la remodelación y se alude siempre a que se trata de una zona en la que se ejercía la prostitución de calle. También es habitual en las noticias sobre Berlusconi, en las que la acusación de prostitución de menores se utiliza para caracterizar al político.

Por esta razón, hemos empleado todas las noticias sin cribar la muestra ya que no parece tan relevante hacer la distinción entre noticias que tienen la prostitución como tema principal y las que tan sólo la aluden, puesto que éstas también sirven para darle visibilidad y representarla aunque sea de forma indirecta. Aun así, hay un porcentaje de noticias que definitivamente no guardaban ninguna relación, como vemos en la siguiente tabla:

Tabla 3: Número y porcentaje de noticias sin relación con la prostitución

	EL MUNDO	EL PAÍS	ABC	20 MINUTOS	PUBLICICO	RTVE	TELEMADRID
Otros, sin relación	15	3	12	0	0	1	9
Porcentaje del total	12,20%	3,75%	8%	0	0	5%	31%
TOTAL	123	80	150	55	34	20	29

Fuente: Elaboración propia.

a) Autoría: periodista, redacción, agencia o mixta

Uno de los aspectos que ha caracterizado la cobertura de temas sobre prostitución y trata en los medios españoles es que, hasta ahora, no ha sido (y aún no es) un asunto que despierte el interés y ocupe de modo habitual las portadas. En general, los medios no generan noticias y reportajes por iniciativa propia, mucho menos, de tipo investigativo. La situación de la profesión periodística (cierres de medios, reducción de plantillas, precariedad laboral, etc.) explica, junto con las dinámicas clásicas de la agenda mediática –más centrada en política y economía- que un porcentaje amplísimo de la información sobre prostitución y trata no sea generado desde los medios, sino que recoja información producida por las agencias informativas que a su vez recogen los comunicados enviados por los gabinetes de comunicación de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, en especial de la Policía Nacional.

El cómputo total de noticias se desglosa según la autoría de la siguiente forma:

Tabla 4: Autoría de las noticias

	EL MUNDO	EL PAIS	ABC	20 MINUTOS	PÚBLICO	RTVE	TELEMADRID
AGENCIAS	40	4	74	43	18	5	0
PERIODISTAS	77	65	56	8	12	10	0
SIN ESPECIFICAR O MIXTA	3	2		3	2	42	0
REDACCIÓN	3	9	20		2	12	29
TOTAL	123	80	150	55	34	2034	29

Fuente: Elaboración propia.

Al observar en términos porcentuales esta distribución, se perciben diferencias significativas entre medios. El periódico gratuito 20 Minutos es el caso más claro, ya que el 78,18% de sus informaciones están atribuidas a agencias (EFE, Europa Press, Associated Press, etc.), seguido de

Público y ABC en las que aproximadamente la mitad de noticias tienen como origen las agencias. El porcentaje es algo menor en El Mundo (32,52%), y mucho menos en El País, en el que formalmente apenas alcanza el 5%. Sin embargo, una vez revisadas las informaciones de este último medio, podemos observar cómo, si bien hay elaboración por parte de los periodistas, la información de base que se utiliza para las noticias coincide con la aportada por las agencias. Esto indica que en estudios posteriores habría que incidir más en el análisis de las noticias producidas por las agencias y en el proceso que estas siguen para elaborarlas. Así mismo, como veremos en el análisis posterior, **la información sobre estos temas tiene una homogeneidad evidente** entre los distintos medios, al no aportarse una perspectiva propia excesivamente diferenciada que esté determinada con claridad por una línea editorial específica. Para que esto sucediera, deberían generarse materiales propios y no apostar sólo por la reproducción de los datos de agencia.

Tabla 5: Porcentaje de noticias según la autoría

	EL MUNDO	EL PAIS	ABC	20 MINUTOS	PUBLICICO	RTVE	TELEMADRID
AGENCIAS	32,52 %	5,00%	49,33%	78,18%	52,94%	25%	
PERIODISTAS	62,60%	81,25%	37,33%	14,55%	35,29%	50%	
SIN ESPECIFICAR O MIXTA	2,44%	2,50%	0,00	5,45%	5,88%	20%	
REDACCIÓN	2,44%	11,25%	13,33%	0,00	5,88%	5%	100%
TOTAL							

Fuente: Elaboración propia.

b) Sexo del periodista: hombre, mujer o sin especificar

Al analizar los periodistas que escriben u opinan sobre estos asuntos hemos detectado que la cobertura sobre prostitución no responde a un trabajo especializado, ya que el número de periodistas diferentes que firman las informaciones que no son de agencia es muy amplio. Hemos encontrado varios perfiles profesionales.

En primer lugar, están los **periodistas dedicados a cubrir sucesos o información local** (sobre todo de Madrid). En algunos medios se observa una cierta especialización, especialmente en El País y en 20 Minutos, pero no así en el resto de medios. También pueden repetir periodistas encargados de cubrir tribunales, cuando se está haciendo el seguimiento de un juicio a una red, por ejemplo.

En segundo lugar, está **la información internacional o nacional en la que se menciona la prostitución** como un aspecto más que describe y define las situaciones de pobreza que se relatan en las noticias o reportajes o bien una pieza que aborda las condiciones en las que viven las mujeres que ejercen la prostitución. En los casos de información internacional, los periodistas suelen ser corresponsales o freelance que, por diversos motivos, han logrado meter en la agenda de su periódico el tema. Y si se trata de piezas nacionales suele ser una publicación puntual sobre algún asunto relacionado con la prostitución que no responde a una especialización.

En tercer lugar, encontramos los casos de **profesionales que opinan**, bien desde las páginas de los periódicos, bien desde los blogs especializados (por ejemplo, el caso de Público). En este apartado, hay una diferencia clara entre las personas que suelen opinar al hilo de la actualidad y

que en la muestra lo hacen sobre el polémico manifiesto a favor de la prostitución en Francia⁶⁰ y las periodistas especializadas en género.

En referencia a esta distinción, un aspecto que nos ha preocupado en el análisis es si existe un perfil de género entre los periodistas encargados de publicar sobre prostitución y trata, es decir, si estábamos ante un tema característicamente femenino. Los datos demuestran que a priori no es así, la distribución de piezas firmadas entre hombres y mujeres es bastante equitativa (por ejemplo, en las noticias videos de RTVE, de 10 noticias 5 están firmadas por mujeres y 5 por hombres). Tampoco se detecta una posición diferente entre unos y otras en la cobertura convencional sobre prostitución y trata. Sin embargo, en los casos en los que se da una especialización y un tratamiento con mayor profundidad de estas cuestiones las que firman son en su mayoría mujeres que adoptan una perspectiva de género a la hora de elaborar su artículo de opinión o reportaje. Sucede por ejemplo con las piezas más elaboradas de Público, con el especial multimedia de Periodismo Humano.

De las noticias firmadas, ya sean información u opinión el desglose por sexo del autor es el siguiente:

Tabla 6: Distribución por sexo de las noticias firmadas por periodistas o artistas

	EL MUNDO	EL PAÍS	ABC	20 MINUTOS	PÚBLICO	RTVE	TELEMADRID
HOMBRES	44	32	23	5	5	5	0
MUJERES	23	31	13	3	7	5	0
SIN ESPECIFICAR (USO DE SIGLAS)	10	2	20				0
TOTAL	77	65	56	8	12	10	0

Fuente: Elaboración propia.

c) **Ámbito: internacional, nacional o local**

La información sobre prostitución **se efectúa principalmente desde el ámbito local**, porque recoge las actuaciones policiales, los conflictos vecinales, las ordenanzas municipales (Madrid, Valencia, Sevilla) y algunas crónicas sobre el contexto en el que se ejerce la prostitución en las ciudades (Santiago de Compostela, Barcelona, etc.) o en las carreteras. Este dato apunta a la escasa entidad que la prostitución tiene como asunto de interés público, en relación a otros fenómenos, dado que se aborda sobre todo desde la crónica local, y no tanto como una cuestión de índole nacional o internacional, lo que le aportaría mayor trascendencia en la agenda pública y política. En general, como mostrará el análisis los *mass media* tienden a considerarlo como algo accidental y que “hace noticia” en cuanto suceso, por encima del interés de mostrar las conexiones internacionales de este fenómeno.

La información internacional sobre prostitución está sobrerrepresentada en esta tabla porque incluye todas las noticias sobre Berlusconi, el juicio del jugador de fútbol Karim Benzema y las menciones a otros famosos. Nuestro análisis muestra que son prácticamente nulas las noticias o reportajes que hablan de las redes de trata internacionales, se describen más bien situaciones nacionales, como China, India, las condiciones de los transexuales en Nepal, etc. También hay historias particulares que suceden en ciudades como Medellín, México D.F. y algún caso de juicio contra redes de trata en Buenos Aires. Análogamente, encontramos informaciones sobre la prostitución en la Unión Europea (Alemania), la emigración de prostitutas españolas a otros países o la aprobación de legislaciones nacionales (Francia, Canadá, Inglaterra).

⁶⁰ El manifiesto redactado por 343 intelectuales franceses ha recibido el título de “El manifiesto de los 343 cabrones” y lleva por eslogan “¡No toques a mi puta!”

En la información nacional hemos codificado todas las piezas de opinión, aquellas que muestran el debate sobre la ley de seguridad ciudadana, los protocolos de lucha contra la trata y los cambios del código penal al respecto, las piezas que hablan sobre el debate en torno a la prostitución, además de aquellas noticias que tratan accidentalmente de prostitución (normalmente, nombrándola de pasada mientras el tema de los artículos es muy distinto).

Tabla 7: Ámbito geográfico de las noticias

	EL MUNDO	EL PAÍS	ABC	20 MINUTOS	PÚBLICO	RTVE	TELEMADRID	TOT.
Local	48	55	84	33	9	5	20	254
Nacional	23	8	34	10	22	6	6	109
Internacional	52	17	32	12	3	9	3	128
TOTAL	123	80	150	55	34	20	29	491

Fuente: Elaboración propia.

d) Tipo de pieza: Información (noticia), reportaje, opinión y perfil-entrevista

Como cabría esperar, **la opinión sobre este tema es escasa en los medios**. El porcentaje sería aún menor si tomáramos la muestra en otro periodo, puesto que en los meses seleccionados se suscitó un importante debate sobre la prostitución, por la aprobación de una nueva ley de orientación abolicionista en Francia y, sobre todo, por la publicación del anteriormente mencionado polémico manifiesto a favor de la prostitución y en España por la reforma del Código Penal y la nueva Ley de Seguridad Ciudadana.

Lo que sorprende algo más es la escasísima presencia de reportajes o piezas más largas y de entrevistas. Esto demuestra que, si bien es un asunto que está en la agenda cotidiana de los medios y del que se hace una cobertura habitual, **no se elaboran reportajes en profundidad, ni investigaciones periodísticas sobre este particular** (dato que corroboran otras investigaciones). Como veremos, **tampoco hay casi entrevistas a mujeres protagonistas**, ni a expertos; en lugar de los testimonios en primera persona predomina la información oficial, el discurso indirecto y la mención.

Tabla 8: Género periodístico: información, opinión, perfil o reportaje

	EL MUNDO	EL PAÍS	ABC	20 MINUTOS	PÚBLICO	RTVE	TELEMADRID
INFORMACIÓN	93	60	147	53	25	18	28
REPORTAJE	6	13	2	0	3	2	0
OPINIÓN	19	6	1	1	5	0	0
PERFIL ENTREVISTA	5	1		1	1	0	1
	123	80	150	55	34	20	29

Fuente: Elaboración propia.

e) Temática principal: operación policial, legislación, clientes famosos, juicios, contextualización, cultura, opinión, sin relación.

Tradicionalmente, una de las formas de categorizar por temáticas la información ha sido adscribirla a una sección (nacional, internacional, sucesos, cultura, etc.); sin embargo, la estructura de los medios digitales no se acomoda a esta distribución clásica. El acceso a la información no se produce, o no en exclusiva, a través de un orden marcado por las secciones, sino que la navegación

es mucho más flexible y controlada por los intereses de los lectores y espectadores, que pueden incluso llegar a estas noticias a través de enlaces situados fuera de las páginas de los medios en que se publican. Por otra parte, la actualización continua de las portadas de los medios digitales complica valorar qué peso adquiere la noticia en relación a su lugar en la página web, para indagar sobre ello habría que hacer un seguimiento pormenorizado observando qué espacio ocupan las noticias sobre prostitución cuando se publican por vez primera y en qué tiempo descienden a posiciones de menor importancia.

Por esta razón, más que trabajar con las etiquetas de sección, hemos preferido clasificar las noticias temáticamente de modo más transversal, con una definición que no está tan ligada a la estructura de producción de los medios y como a los contenidos. La definición de estas categorías ha sido compleja, como cualquier clasificación de textos discursivos, sin embargo nos ha parecido importante tratar de restringir el número de temáticas para poder visibilizar mejor las tendencias y los relatos prioritarios. Se trabajó primero a partir de una codificación abierta que después se agrupó en estos ítems.

En el caso de la categoría *Operación policial* se incluyen todas las informaciones que hacen referencia a redadas, detenciones, existencia de redes y mafias, las que abordan directamente la trata con fines de explotación sexual, así como aquellas que de algún otro modo tematizan la relación entre prostitución y delincuencia.

En la categoría *Legislación* están incluidas todas las noticias relativas a los cambios legislativos internacionales (Francia, Canadá, Reino Unido), las informaciones sobre ordenanzas municipales que afectan a la prostitución, las que recogen el debate y aprobación de la ley de seguridad ciudadana en España y todas aquellas piezas que tematizan el debate sobre la regularización de la prostitución.

Hemos creado una categoría específica sobre Clientes Famosos que aglutina todas las menciones a Berlusconi, acusado de prostitución de menores, la cobertura del juicio a los jugadores de fútbol Benzema y Ribéry, algunos políticos (como el alcalde de Toronto y la pieza que recoge las “debilidades” de varios presidentes) y la alusión a otros personajes caracterizados por su “mala vida” como el cantante Justin Bieber.

Aunque los *Clientes Famosos* lo son principalmente por haber sido sometido a *Juicios*, hemos desglosado esta otra categoría para las noticias que tratan específicamente sobre los procesos judiciales, ya sea de redes de trata, acoso policial y corrupción, etc. En este sentido, pensamos que la detención y desarticulación de las redes son un momento sobre representado con respecto a otros momentos posteriores, ya sea el juicio poco visible, o la vida y supervivencia de las mujeres – prácticamente ausente de los medios.

En la categoría *Contextualización* se encuentran codificadas todas las noticias que abordan casos específicos – como los de Adriana o Nora que se analizarán en los apartados de estudios de caso-historias de vida de mujeres y las informaciones, sobre todo internacionales, que hablan de pobreza e injusticia y muestran la prostitución como una de sus consecuencias. También se incluyen las que tematizan la cooperación como vía para abandonar la prostitución.

En *Cultura* se ha codificado toda la información que menciona las representaciones de la prostitución ya sean ficcionales o artísticas. Podemos encontrar noticias sobre películas o libros que cuentan con personajes que ejercen la prostitución o exposiciones que muestran este fenómeno desde una perspectiva artística. Es importante señalarlo, en la medida en que las representaciones ficcionales de la prostitución contribuyen a su normalización y al refuerzo o al cuestionamiento de sus representaciones.

A *Opinión* se adscriben todos los artículos de opinión y cartas al director (por la mayoría, en el periodo de la muestra, focalizados en el debate suscitado por la aprobación de la ley en Francia).

Por último, hemos creado una categoría de noticias *Sin relación* o que la tienen de forma muy colateral.

Tabla 9: Clasificación temática de las noticias

	EL MUNDO	EL PAÍS	ABC	20 MINUTOS	PUBLICICO	RTVE	TELEMADRID
Operación policial-Criminalidad y prostitución	32	19	55	29	6	8	14
Legislación, ordenanza cívica y debate sobre la regularización	16	12	29	12	16	4	2
Clientes famosos (Benzema, Ribéry y Berlusconi)	15	6	15	3	2	4	1
Juicios	4	14	7			0	
Historias de vida, contexto, crónica- Incluyendo caso Nora, Adriana rehabilitación, noticias internacionales	18	15	19	6	4	0	3
Cultura, arte y curiosidades	4	4	12	4	1	4	1
Opinión	19	7	1	1	5	0	
Otros, sin relación	15	3	12	0	0	0	7
TOTAL	123	80	150	55	34	20	29

Fuente: Elaboración propia.

f) Tipo de prostitución: femenina, masculina, transgénero, menores

En ausencia de especificación se ha asumido que la prostitución es femenina. **Son muy pocas las menciones a la prostitución masculina o transgénero.**

En el **caso de los hombres**, sólo hay entrevistas a un “gigoló” que publica un libro contando sus experiencias, al que entrevistan en El Mundo y 20 Minutos. También es uno de los asuntos publicados en la Revista Interjú. En El Mundo aparece en un artículo de opinión –recordando que existe– y es mencionado al hablar de la campaña contra la trata del Ayuntamiento de Madrid, como uno de los colectivos a los que va destinado el plan del consistorio. Y el ABC una pieza sobre la película de Woody Allen, “Aprendiz de Gigoló”.

El **colectivo de transexuales o transgénero** es prácticamente invisible, aun cuando la prostitución ha sido tradicionalmente una de sus estrategias de supervivencia, ante el alto grado de exclusión social que sufren. En varios medios se menciona una mujer transexual que actúa como testigo en un juicio y que ejercía la prostitución en la calle en el momento del delito. En 20 Minutos se hace referencia al colectivo como beneficiario de las acciones de Cruz Roja. En El País, hay un reportaje sobre transexuales en Nepal y una noticia sobre una exposición fotográfica de transexuales y travestis en Brasil. En El Mundo, aparece la voz de una ex prostituta que da testimonio de un proyecto para salir de la prostitución en México y varias menciones en una pieza sobre la lucha contra el SIDA en Asia.

La **prostitución de menores** aparece en las noticias sobre algunas personas famosas, así como en el caso Nora, Adriana y alguna otra detención policial de proxenetas por inducción a la prostitución. Se menciona además en todos los casos de pederastia, en los que los detenidos se hacen pasar por menores a través de las redes sociales.

Tabla 10: Menciones a fenómenos de prostitución minoritarios

	EL MUNDO	EL PAÍS	ABC	20 MINUTOS	PÚBLICO	RTVE	TELEMADRID
Prostitución de menores	14	7	8	2	1	6	5
Prostitución masculina	4	0	1	1	0	0	0
Prostitución transgénero	4	3	2	2	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

g) Lugar en el que se ejerce la prostitución: calle, carretera, clubes o locales, pisos.

Otro de los elementos que se trató de determinar a través de la ficha de análisis son los espacios que están representados en la información: calles, polígonos, clubs o prostíbulos, pisos o chalets. El objetivo es conocer si **hay una sobrerrepresentación de la prostitución ejercida en el espacio público (calles, polígonos y carreteras)**, frente a otros espacios. En esta categoría no se codificaron noticias, sino menciones directas a los espacios que se clasificaron del siguiente modo:

Tabla 11: Espacios de ejercicio de la prostitución mencionados

	EL MUNDO	EL PAÍS	ABC	20 MINUTOS	PÚBLICO	RTVE	TELEMADRID
Calle, polígono	46	48	69	63	19	4	3
Carretera	7	38	24	23	1	3	0
Club, burdel, prostíbulo	53	147	55	32	54	4	0
Piso, chalet, casa	8	26	21	4	4	2	9

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que apenas se tematiza la prostitución ejercida en pisos, mientras que hay una mención mucho mayor al ejercicio en calles, polígonos y carreteras, además en la mayor parte de los casos en los que no se especifica la actividad o el espacio se puede presuponer que la información se refiere a la prostitución de calle por la temática. El mayor número de menciones sobre clubs y prostíbulos en El País corresponde al seguimiento que este medio hace de varios juicios que implican a dueños de locales en La Jonquera. Este mismo medio dedica también especial atención a la Proposición No de Ley presentada en el Congreso en Febrero de 2014 que instaba al gobierno a multar a los clientes y las mujeres que ejercen la prostitución en las carreteras, por el peligro que supone para la seguridad vial.

No se ha podido codificar en esta investigación el porcentaje de noticias que aluden a la llamada “prostitución de lujo”. En general, la mayoría de las informaciones abordan la prostitución ejercida en contextos de pobreza y desigualdad, ya sea en el marco de relaciones de explotación y trata, o en una situación de elección propia.

h) Actividad en las redes sociales: comentarios, menciones en Facebook y Twitter

Por último, uno de los datos que se han recogido y rastreado en la muestra han sido la actividad en las redes sociales y los comentarios sobre las noticias. Con esta categoría se pretende observar qué genera conversación social, qué asuntos preocupan o movilizan más a los lectores en relación a los temas de prostitución y trata. No hemos indagado en las opiniones de la ciudadanía –ya que excede los objetivos de esta investigación–, pero creemos que la cantidad de actividad social es

significativa de cómo **la agenda de los medios se traduce en agenda pública**, un índice del impacto social y del “éxito” de cada noticia (con lo cual puede generar un efecto espiral en los medios, que incrementan las noticias, o cierto tratamiento de las mismas, según el índice de impacto cuantitativo en las redes sociales⁶¹).

En todos los medios, a excepción de las televisiones (Telemadrid sólo invita a compartir las noticias pero no pone datos sobre ello), hay indicadores que señalan qué noticias han sido las que más atraen la atención del público, provocando un mayor número de comentarios o bien de recomendaciones y reenvíos a través de las redes sociales, sobre todo, Facebook y Twitter. En función de los datos y la dinámica de cada uno de los medios seleccionados recogemos las 10 noticias más comentadas o reenviadas en el periodo de muestra. De este ranking hemos eliminado las noticias que no tenían una relación directa con la prostitución.

El indicador que hemos tomando como referencia es el número de veces que una noticia fue compartida en las redes sociales, a excepción de El País para el que se tuvieron en cuenta los comentarios generados en la propia página, ya que este medio -en comparación con el resto- genera la conversación a través de su web y no la deriva tanto a redes como Facebook o Twitter.

Uno de los asuntos que más polémica han generado tienen que ver con la **Ley de seguridad ciudadana**, quizá no tanto por la prostitución, sino por otros aspectos que guardan relación al orden público. El **debate sobre la regulación de la prostitución** es el que produce mayor impacto y controversia, principalmente **la medida de multar a los clientes** (ya sea en Francia o en Madrid).

A la vista de los titulares de las noticias más leídas, otro aspecto que anima la conversación es el **sensacionalismo**, entre las noticias más comentadas encontramos muchas que apuestan por titulares con morbo, políticamente incorrectos o un con alto grado de emotividad. En este bloque, se comentan las noticias que tienen **a menores como protagonistas** y las de víctimas que se identifican como **casos particulares**, por las que los receptores -de uno u otro modo- pueden sentir empatía, al menos, en mucho mayor grado que cuando se recibe una noticia en las que las víctimas de presentan de modo abstracto.

En resumen, el debate sobre legalización y los titulares sensacionalistas dan la pista sobre los asuntos que más captan la atención y que movilizan la conversación social. A continuación, se reproducen los titulares de las noticias más leídas en los medios impresos.

El País

En El País hemos tomado como medida los comentarios realizados por los lectores en el propio medio, lo que nos da una orientación sobre cuáles son los asuntos que más polémica generaron.

1. Madrid multará hasta con 750 euros a mendigos y clientes de prostitutas (967 comentarios)
2. Polémica en Francia por un manifiesto a favor de la prostitución (619 comentarios)
3. Los Mossos multaron cinco veces a Adriana, la prostituta que se suicidó (335 comentarios)
4. “Los clientes piden carne fresca” El hallazgo de una chica de 15 años en un burdel de Padrón no es un caso aislado (272 comentarios)
5. “Si eres cliente de prostitución, también eres cómplice” (228 comentarios)
6. Soy un proxeneta no un delincuente, (206 comentarios)
7. El Congreso apoya penalizar a clientes y prostitutas que ejerzan en las carreteras (139 comentarios)
8. La cruz de Adriana (138 comentarios)

⁶¹ En nuestras investigaciones precedentes, todos los periodistas entrevistados admiten que tanto para ellos como profesionales que como política de los medios donde trabajan, las redes sociales son un factor que se tiene muy en cuenta en la actividad periodística.

9. Francia lucha contra la prostitución (135 comentarios)
10. Liberados dos niños a los que usaban de rehenes para prostituir a sus madres (123 comentarios)

El Mundo

En el caso de El Mundo, el ranking de noticias lo hemos elaborado tomando como referencia las noticias más compartidas en Facebook, que suelen tener un correlato con la distribución a través de Twitter.

1. La vida robada de Nora (5489 Facebook, 2718 Twitter)
2. La prostitución, legal en Canadá (520 Facebook, 125 Twitter)
3. Alemania, el burdel de Europa (445 Facebook, 489 Twitter)
4. Unidos por Nora y Malen (440 Facebook, 6 Twitter)
5. Liberan a una niña de 15 años obligada a prostituirse en dos clubes de alterne (344 Facebook, 88 Twitter)
6. El prostituto más cotizado (320 Facebook, 96 Twitter)
7. Los diputados galos aprueban la penalización al cliente de la prostitución (287 Facebook, 33 Twitter)
8. Comienza el juicio a Benzema y Ribéry por prostitución de menores (286,80 Twitter)
9. Prostituta por solidaridad 226 Facebook, 63 Twitter)
10. La prostitución en un debate televisivo (213 Facebook, 24 Twitter)

Público

Como en El País, en Público también se generan comentarios a través de la web del medio por lo que hemos contemplado este indicador para elaborar la lista de las 10 noticias que generaron mayor nivel de conversación.

1. Un 'curso' para ser prostituta indigna a sectores feministas catalanes (248 comentarios)
2. La legalización de la prostitución, a debate entre las feministas (125 comentarios)
3. La legalización de la prostitución, a debate también entre las profesionales del sexo (99 comentarios)
4. Polémica en Francia por un manifiesto a favor de legalizar la prostitución (98 comentarios)
5. El Gobierno elimina la explotación sexual del articulado del nuevo Código Penal (74 comentarios)
6. "El Gobierno va a permitir que los proxenetes campen a sus anchas" (63 comentarios)
7. Madrid multará con hasta 3.000 euros a los clientes de prostitutas en la calle (61 comentarios)
8. Decenas de prostitutas se manifiestan en Madrid contra la 'ley mordaza' (46 comentarios)
9. "Nos sorprenderíamos de la cantidad de pactos de Estado que se firman en la trastienda de algún burdel" (36 comentarios)
10. El Congreso pide eliminar anuncios sobre prostitución de los espacios públicos (31 comentarios)

20 Minutos

El periódico 20 Minutos elabora una medición de sus noticias, tomando en cuenta cuantos comentarios generan y qué distribución consigue la noticia a través de las redes sociales, con ello

elabora un porcentaje que categoriza la noticia, desde la actividad social más alta (100%) hasta la nula actividad (0%), cuando no existen comentarios, ni se ha compartido.

1. El Ayuntamiento de Madrid prevé multar a clientes de prostitutas, a los mendigos y las acampadas (100% actividad social)
2. De ser la primera chica de alterne con derechos laborales a pedir el cierre de los prostíbulos (96% actividad social)
3. Unos 880.000 ciudadanos trabajan como 'esclavos modernos' en la UE (95% actividad social)
4. Detienen a los padres de una menor de 17 años que ejercía la prostitución en El Ejido (93% actividad social)
5. Madrid capital registra cada vez más prostitutas, más jóvenes y con servicios más baratos (93% actividad social)
6. La presidenta de la primera cooperativa de prostitutas de España: "Estamos protegidas" (90% actividad social)
7. Prostitución y sadomasoquismo: así es el nuevo tema 'Work Bitch' de Britney Spears (98% actividad social)
8. Cae una red asiática que obligaba a mujeres a prostituirse (85% actividad social)
9. El PSOE denuncia que el anteproyecto de Código Penal del Ejecutivo legaliza la prostitución (83 % actividad social)
10. Liberadas seis prostitutas del polígono Marconi y detenidos sus seis proxenetes (82% actividad social)

ABC

1. Corea del Norte ejecuta a 80 personas por ver programas de la televisión de Seúl (Twitter 735 Facebook 2092)
2. Mossos, un cuerpo marcado por la polémica (Twitter 37 Facebook 578)
3. «¿Qué hay en TV3? Separatistas»: demoleedor reportaje del «Wall Street Journal» (Twitter 391 Facebook 1247)
4. «Niñas prostitutas» por una recarga de móvil (Twitter 209 Facebook 486)
5. Valientes españolas rumbo a América (Twitter 47 Facebook 280)
6. Ámsterdam abre el primer museo de la prostitución del mundo (Twitter 322 Facebook 94)
7. Ribéry, el bestia sexual que rivaliza con el bello Cristiano (Twitter 202 Facebook 29)
8. Detenida una colombiana por vender la virginidad de doce de sus hijas (Twitter 195 Facebook 88)
9. Las ofensas a España y la prostitución cerca de menores serán infracciones graves (Twitter 80 Facebook 155)
10. Un hombre de 50 años se hace pasar por un chico de 17 para corromper a 500 menores (Twitter 167 Facebook 54)

5.4. Características generales de la cobertura

5.4.1. Lenguaje, sexismo y prostitución: el debate terminológico

El **Diccionario de la Real Academia de la Lengua** en su edición vigente, recoge 94 designaciones en 91 entradas distintas⁶², que hacen referencia a las prostitutas y/o a la prostitución como actividad comercial a la que se dedican las mujeres. Tal profusión terminológica y tal interés del mundo hispanoparlante por etiquetar a las mujeres que ejercen la prostitución, o que simplemente tienen un comportamiento sexual que nuestra cultura ha considerado tradicionalmente inapropiado en las mujeres, ha sido largamente estudiado en las últimas décadas por estudios diversos.

Putas, rameras, meretriz, furcia, golfa, cualquiera, mujerzuela, zorra, callejera, aventurera, mujer pública, coqueta, entretenida, buscona, perdida, mujer mundana, mujer alegre, mujer de vida, mujer de mundo, cortesana, odalisca, madama, ninfa, mujeruca, hetaira, coima, daifa...son ejemplos de la enorme riqueza lingüística de castellano en esta materia, recogidos en el diccionario y que resultan desproporcionados, en primer lugar, en comparación con los nombres de las ocupaciones u oficios considerados femeninos que acoge este diccionario, y en segundo lugar, con relación a las palabras que sirven para designar a los hombres que se prostituyen: en la última edición del DRAE algunas definiciones han ampliado la actividad de la prostitución a los varones, pero este criterio parece haberse aplicado de manera sistemática ni convencida.

Así, únicamente registra el DRAE una palabra dedicada al hombre que se prostituye: **prostituto**. El DRAE también recoge los términos **chaperero** y **puto**, pero el primero es un vocablo jergal definido como “homosexual masculino que ejerce la prostitución” y el segundo como “hombre que tiene concubito con persona de su sexo”. Ni siquiera está recogida aún por la RAE la voz italiana **gigoló**, que otros diccionarios definen como “apelativo que se aplica al hombre muy admirado de las mujeres y que se lucra con el atractivo que ejerce sobre ellas”, haciendo patente la diferente consideración social que merecen mujeres y hombres que comercian con su cuerpo.

En la misma línea, la RAE ha vertido **críticas y valoraciones morales** en las definiciones empleadas sobre las mujeres que ejercen la prostitución pero raramente a los hombres que la ejercen ni a los que se benefician de ella. Esto es una parte del estigma social con que se castiga a estas mujeres que, si en el pasado era visible, ahora es fundamentalmente simbólico, y una de las razones que explican las críticas de una parte del movimiento feminista español a la RAE.

De las 91 entradas que aparecen en el Diccionario, sólo 28 contienen una definición. El resto son remisiones hacia la palabra prostituta lo que por un lado, uniformiza el universo léxico y semántico concerniente a esta realidad pero que además, deja entrever **la incomodidad de la Academia por atender a esta temática**. Tanto es así que la Academia emplea diferentes estrategias encubridoras para evitar hacer referencia a los actos sexuales en las definiciones, como utilizar rodeos, expresiones cultas o eufemismos que intentan alejar al lector o a la lectora de la realidad de la que se habla. Esto contrasta sin embargo con una especie de *regodeo morboso* en la acumulación de sinónimos sobre la misma realidad.

Los análisis realizados acerca de las definiciones del universo léxico de la prostitución muestran que éstas suelen incluir, como ya se apuntaba, **juicios de valor negativos sobre el colectivo de mujeres que la ejercen**, de modo que nos permiten conocer la opinión que la RAE tiene sobre ellas. También ofrecen datos sobre ciertos aspectos del oficio: las ganancias, las jerarquías internas, el lugar en el que se lleva a cabo, el tipo de clientes y dónde se consiguen, y la relación que se mantiene con el proxeneta.

⁶² Para la redacción de este epígrafe se ha considerado referencia fundamental el estudio del Instituto de la Mujer *De mujeres y diccionarios. Evolución de lo femenino en la 22ª edición del DRAE (2004)*.

Asimismo, permiten ver que el comportamiento considerado *poco decoroso* en una mujer la convierte directamente en una prostituta a ojos de una parte de la comunidad hispanohablante, razón por la cual se encuentran términos que significan o han significado ambas cosas. **El estigma**, del que se ha hablado profusamente a lo largo de este documento, opera como mecanismo poderoso, en el nivel simbólico, de control del comportamiento femenino.

En el Diccionario, como en **el imaginario colectivo que tal diccionario refleja**, el puterío es cosa de mujeres y cualquier mujer que se salga de la norma social conductual, de lo considerado adecuado, decente, normativo en ese imaginario, puede ser calificada como tal, pero esto no ocurrirá nunca con un hombre. Las prostitutas son, según las refleja el DRAE, mujeres licenciosas, desenvueltas, de vida alegre, de honor dudoso. La prostitución masculina es anecdótica, en palabras del DRAE, y las conductas de proxenetismo o de obtención de beneficios no están simbólicamente reflejadas ni penadas. La prostitución, en términos lingüísticos, suscita morbo y reprobación social a un tiempo de ahí que “ser un hijo/a de puta” sea el peor calificativo que a una persona, sobre todo si es hombre, le puedan dar porque pone en duda el honor de su progenitora. Esta circunstancia está en el origen de los debates terminológicos que se están llevando a cabo en el seno de los dos movimientos pro-regulador y abolicionista del feminismo español.

Una parte del debate público sobre la prostitución y la toma activa de posición sobre cuál es su sustancia afecta a la terminología empleada. Es habitual que se hable de los hombres que consumen prostitución como “clientes”, si bien las diferentes corrientes al respecto les dan distintas denominaciones: “usuario de prostitución”, “prostituidor”, “consumidor”, “abusadores masculinos”, etc. La denominación “cliente”, que es la más extendida, pretende ser una denominación neutra, objetivada, aséptica, que alude a la persona que compra los servicios sexuales de una mujer con dinero desde un punto de vista meramente comercial. Sin embargo, a juicio de las posturas abolicionistas esa nomenclatura distrae la atención de su responsabilidad y de las dinámicas de poder que operan en dicha transacción comercial-sexual. El mismo debate subyace a los términos “trabajadora sexual” y “mujer prostituida”.

El contenido de un diccionario es, en su conjunto, la explicitación de los conceptos compartidos por los miembros de una cultura, la norma social de una época. Por consiguiente, el tratamiento lingüístico que la RAE hace en su Diccionario de la Lengua Española, del universo léxico y simbólico de la prostitución se encuentra incardinado en una sociedad no igualitaria, donde mujeres y hombres no ocupan la misma posición social y cuyas desigualdades, intrínsecas al género, se recogen con toda su crudeza en el Diccionario⁶³.

El uso social de la lengua no difiere, por consiguiente, de lo recogido en esta obra. Y en la configuración y reproducción de los usos de la lengua, así como en la cristalización del imaginario colectivo, tiene una influencia trascendente **el papel de los medios de comunicación**. ¿Cuáles son los términos que prevalecen en la muestra analizada? ¿Se han incorporado las propuestas de la perspectiva abolicionista?

En la siguiente tabla se pueden ver algunas de las palabras claves y la frecuencia con que aparecen en cada una de los medios impresos⁶⁴. Hemos recogido las denominaciones más habituales de las figuras femeninas, las más comunes son mujeres, chicas y prostitutas, que responden, en principio, al punto de vista menos connotada. Creemos que la utilización de la palabra chicas implica un punto de vista paternalista y, en cierto sentido, machista, les resta autoridad y posición social a las mujeres al infantilizarlas. Esta figura no se emplea prácticamente en Público, mientras que es común su utilización en El Mundo y ABC y algo menos en El País. Frente a estas diferencias significativas, el

⁶³ El movimiento feminista ha acusado repetidamente a la Real Academia de sexismo y al diccionario, de discriminatorio, en la asignación de un género gramatical u otro a los sustantivos y adjetivos, en las definiciones, los ejemplos seleccionados, entre otros aspectos.

⁶⁴ Se ha cuantificado la forma singular y plural de cada uno de los términos

uso de mujeres y prostitutas es mucho más homogéneo entre medios, teniendo en cuenta que, como acabamos de apuntar, Público opta por estos modos de denominación frente al de chicas.

Los términos propios de la perspectiva abolicionista aún no se han incorporado al lenguaje empleado por los medios; por ejemplo, la expresión en pasiva “mujer prostituida” sólo tiene un número de menciones significativas en El Mundo y Público. A este marco de sentido pertenecerían la mención a las víctimas, también de uso bastante homogéneo, y la más sensacionalista de “esclava”, que afortunadamente es muy minoritaria en el relato informativo.

Frente al lenguaje abolicionista, es algo más habitual la concepción de la prostitución como un trabajo y la definición de las mujeres que lo ejercen como “trabajadoras sexuales”. Estos datos siempre deben interpretarse con matices, porque como hemos visto el ABC menciona esta categoría para distanciarse, mientras que en Público se respeta y defiende el derecho de las mujeres a escoger esta autodenominación.

Llama la atención que “meretriz”, un término dotado de una cierta carga despectiva sigue utilizándose aunque las cifras muestran que ha dejado de ser habitual, mientras que puta, el insulto más común sigue empleándose con cierta asiduidad. En el caso de Público, se emplea principalmente en el sintagma “estigma puta” y su mención aumenta, como en el resto de medios, al recoger las informaciones sobre el manifiesto francés: “No toques a mi puta”. El uso de la palabra puta es más común en los artículos de opinión que en las noticias y en bastantes ocasiones sirve precisamente para reactivar el estigma: “Entre putas y madres” y “Montas y putas (El Mundo)

Tabla 12: Menciones a los términos que categorizan las figuras femeninas

	EL MUNDO	EL PAÍS	20 MINUTOS	ABC	PÚBLICO
Mujer	267	314	199	262	226
Chica	75	55	37	62	11
Prostituta	116	127	106	107	110
Meretriz	7	11	17	16	5
Putas	46	23	4	4	27
Zorra	2	0	0	0	0
Mujer prostituida	2	12	4	1	17
Esclava	10	5	1	10	3
Víctima	108	118	106	133	70
Trabajadora sexual	23	22	4	13	35

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de las figuras masculinas sólo son relevantes los clientes y, en menor medida, los proxenetes (como excepción en El País, se habla de los dueños de los locales de alterne, identificados con nombres y apellidos, mencionados en las noticias sobre tribunales). Hemos destacado además la hipervisibilidad de los clientes famosos, implicados en juicios por prostitución de menores. Al margen de esto, no hay ninguna otra figura o forma de denominación que tenga relevancia, los varones son prácticamente inexistentes, como mostraron estudios anteriores y se reiterará en esta investigación.

Tabla 13: Menciones a los términos que categorizan las figuras masculinas

	EL MUNDO	EL PAÍS	20 MINUTOS	ABC	PÚBLICO
Prostituto	4	0	2	0	0
Chapero	1	0	0	0	2
Cliente	95	101	69	95	60
Benzema	29	11	15	16	15
Ribéry	37	16	19	35	18

	EL MUNDO	EL PAÍS	20 MINUTOS	ABC	PÚBLICO
Berlusconi	45	19	0	21	0
Prostituidor	0	0	0	0	4
Proxenetá	25	49	31	36	31
Dueños	4	42	5	5	8
Explotador	3	6	3	5	6
Demandante (de prostitución)	0	0	0	0	0
Gigoló	0	0	0	5	0
Putos	1	0	0	0	0
Puteros	0	1	0	0	0
Chulo	3	0	0	5	2

Fuente: Elaboración propia.

En el ámbito de la prostitución y la trata las mujeres están sometidas a una sobreexposición que contribuye a cosificarlas, al tiempo que o bien se las responsabiliza de este fenómeno o se las victimiza en extremo. Esta desigualdad evidente en la presencia de figuras femeninas y masculinas estaría lastrando el debate, más aún si tenemos en cuenta que la mayoría de las apariciones mediáticas de estas figuras femeninas son silenciosas.

5.4.2. Limitaciones de la actividad periodística con incidencia en el tratamiento de la información sobre prostitución y trata.

En un contexto tan complejo como el de las sociedades actuales, y con los condicionantes sobre la precariedad de la profesión periodística expuestos con anterioridad, como telón de fondo, el tratamiento que de la información acerca del fenómeno de la prostitución y de la trata de mujeres con fines de explotación sexual hacen los medios es manifiestamente mejorable. Esto se debe a razones de dos tipos: razones vinculadas a la organización y a las dinámicas operativas y de trabajo de los medios en la actualidad y por otro lado, a razones intrínsecas a la temática abordada y al enfoque empleado en la información y análisis de dicha temática.

La primera limitación se refiere a **los tiempos**. La inmediatez con la que los medios deben reaccionar a las cosas que están pasando y su necesidad de informar antes, influye decisivamente en la elaboración de las noticias, perjudicándola. Así, las noticias proceden frecuentemente de Agencias y los medios proceden a reproducir, o con modificaciones mínimas en muchos casos, las informaciones de estas Agencias. Así, escasean los análisis, las informaciones elaboradas, la rigurosidad y la contrastación con fuentes originales. Hay una falta generalizada de profundización en el fenómeno de la prostitución y la trata, lo cual resulta preocupante en la medida en que afecta a los derechos humanos y a la violencia contra las mujeres. Expondremos en los estudios de casos, como en muchas ocasiones, diversos medios presentan los mismos datos, idénticas declaraciones de las fuentes oficiales institucionalizadas o de aquellas que se han convertido en referencia habitual como portavoces de las distintas posturas entre las organizaciones de la sociedad civil como APRAM para la perspectiva abolicionista y el Colectivo Hetaira cuando se persigue una fuente de contraste que defiende de la legalización de la prostitución.

La **falta de especialización** de los profesionales de la información es otro de los lastres tradicionales, al que se une su **creciente precariedad laboral**. Como se comentaba con anterioridad, los medios de comunicación están viviendo una revolución por la necesidad de adaptarse, a pasos acelerados, a las nuevas tecnologías, y a los nuevos usos sociales de las TIC. Como pone de manifiesto el Informe Anual de la Prensa de Madrid (APM) sobre la profesión periodística (2012), se ha registrado un incremento muy notable de periodistas que trabajan tanto

para el soporte de papel como para el soporte digital, y en esa transición hacia el soporte digital, más del 50% de los periodistas reconocen trabajar en varias secciones de su medio.

Asimismo, las plantillas de los medios, que vienen sufriendo regulaciones de empleo constantes, revelan una falta de renovación en las plantillas, crecientes cargas de trabajo para los periodistas que resisten y un incremento notable de profesionales subcontratados como autónomos. Los periodistas jóvenes encadenan becas y programas de prácticas para cubrir a profesionales más experimentados que han sido despedidos. En ese sentido, no resulta sorprendente que la falta de independencia política y económica de los medios así como la falta de rigor y profesionalidad en la elaboración de la información son dos de los problemas más mencionados por los profesionales encuestados en dicho informe y también para este estudio.

En el caso de los profesionales *freelance* puede llegar a hacer piezas sobre prostitución o trata porque aparece alguna oportunidad, por ejemplo, entrar en contacto con una fuente especializada, proponer el tema al editor al hilo de una noticia de actualidad. Pero su perfil no especializado que obliga a menudo a cubrir varias áreas para un mismo medio o para varios, hace imposible la especialización y el tiempo de formación necesario para comprender el fenómeno que se está abordando y la garantía de calidad en esas informaciones queda condicionada por las competencias particulares adquiridas por los profesionales en términos genéricos.

Esta situación puede provocar una simplificación de las informaciones, la dependencia a la fuentes que han tomado la iniciativa a la hora de ofrecer la información, etc. Esto lleva a la redacción de noticias que ignoran el marco legislativo, el contexto socio-político y en la mayoría de los casos a informaciones en las que no se busca explicar la compleja relación que existe entre la prostitución y la trata.

Pongamos un ejemplo extremo sobre esta **falta de formación** que atañe al siguiente punto que abordaremos sobre la **dependencia de las fuentes activas**, sobre todo, institucionales. Se trata de una nota de la Agencia EFE reproducida por el periódico 20 Minutos, con el titular: "*De ser la primera chica de alterne con derechos laborales a pedir el cierre de los prostíbulos*". Un lector más o menos familiarizado con este tema esperaría encontrar una crónica sobre una mujer que ha ejercido la prostitución y que después de dejar de hacerlo, trabaja en apoyo de otras mujeres desde una perspectiva abolicionista. Sin embargo, lo que nos encontramos es una historia (un tanto extraña por la forma en la que está contada), en la que se da voz a una mujer en condiciones de exclusión social, que afirma que no se está haciendo nada en España con respecto a la lucha contra la trata. Leamos alguno de los fragmentos de esta nota:

"Maribel Martín fue la primera chica de alterne que consiguió que se le reconociesen sus derechos laborales. Logró que el club en el que trabajaba pagara a la Seguridad Social por los servicios que prestó. Ahora con 62 años, y un 44% de minusvalía tras recibir una paliza por defender a una compañera, denuncia la situación de las chicas de los prostíbulos. En la actualidad duerme en su coche y sobrevive vendiendo ambientadores de coche en la salida de gasolineras y centros comerciales. (...)

Simplemente denuncia que desde la sentencia, y con tres gobiernos diferentes, nadie ha actuado contra la explotación de las mujeres que ejercen la prostitución y siguen sin reconocerse sus derechos laborales. "*El tiempo pasa y aquí nadie hace nada*", dice Maribel, indignada también por la "*vista gorda*" que hacen los ayuntamientos al permitir la "*publicidad engañosa*" de los establecimientos que se anuncian como asadores o cafeterías y en realidad son prostíbulos."

En primer lugar, sorprende que –en relación al silencio extremo al que están sometidas las mujeres en el relato periodístico- una mujer pobre y desahuciada logre que un periodista le escuche y escriba su opinión sobre la situación de la prostitución en España. Se nos ocurre pensar que tal vez esto

sucede porque en realidad no era prostituta, “se limitaban a tomar copas con los clientes –un trabajo que reconoció la sentencia”.

No dudamos del valor de la opinión de una persona que ha experimentado y conoce el ámbito de la prostitución, es más consideramos que estas visiones deberían ir ganando espacio en el relato informativo. Lo que traemos a colación en esta noticia es el hecho de que la mujer afirme que no se está haciendo nada en la lucha contra la prostitución. Un lector no tiene datos, o puede no tenerlos para contrastar las ideas de esta fuente pero, desde nuestro punto de vista, debería ser labor del periodista contrastarlas y ofrecer un contexto suficiente para que los receptores puedan sacar sus propias conclusiones. En este sentido, creemos que lo que demuestra esta nota es la falta de formación, de calidad en el trabajo –ya sea por inexperiencia o poca profesionalidad-. Puede que el impacto de una noticia será un asunto menor, pero es una de tantas que colabora en la construcción del imaginario sobre la prostitución y la trata como un asunto sobre el que no hay políticas públicas claras y siempre en relación a la conflictividad social.

Por otra parte, el modo en que se describe a la mujer nos acerca a un personaje caído en desgracia, al que todo le salió mal, que tuvo un momento de triunfo, cuando la justicia le reconoció sus derechos, pero que después no supo mantener una trayectoria “normativa”, ahora en la vejez duerme en un coche, sobrevive de venta ambulante y es minusválida. Difícilmente, tal y como está narrado tomaremos en serio lo que nos está contando, puede que la noticia nos despierte compasión y lo más probable es que active el marco de sentido de la mala suerte o de las vidas truncadas para explicar esta experiencia de sufrimiento. Desde nuestro punto de vista, el periodista perdió la posibilidad de emplear de manera adecuada y relevante este testimonio y quizá con ello contribuyó a restarle importancia y autoridad a otras voces de las víctimas de la violencia machista. En consonancia con este análisis, esta investigación ha intentado fundamentalmente destacar la simplificación y la recurrencia de lugares comunes que banalizan y desinforman sobre la prostitución y la trata, prácticas que en muchos casos pueden explicarse por esta falta de formación especializada y de rigor en la práctica periodística.

La falta de verificación y de contraste son un obstáculo la hora de garantizar una información de calidad, como **la consulta a fuentes de información limitadas y no diversificadas**. En general, en la información sobre prostitución y trata se puede construir un listado de fuentes comunes:

- Administraciones públicas (Delegación del Gobierno, Generalitat, Ayuntamiento o gobierno municipal, Ministerio del Interior, etc.)
- Instituciones judiciales (Ministerio de Justicia, Fiscalía, fiscal o magistrado, sentencia judicial, etc.)
- Cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado (Policía Nacional, fuentes policiales, comisarías, Mossos, Guardia Civil, Jefatura Superior de Policía, Departamento Vasco de Seguridad, fuentes de la investigación, Brigada Provincial de Extranjería, etc.)

Hemos rastreado la presencia de las principales organizaciones que trabajan en el ámbito de la prostitución y la trata en España, así como la Defensora del Pueblo una institución activa contra la trata y situada a medio camino entre la sociedad civil y la administración. En primer lugar, llama la atención que estén casi ausentes del discurso informativo la Red Española contra la trata de personas (RECTP), Women’s Link Worldwide o ACCEM, varias de las organizaciones y plataformas que mencionaron los periodistas especializados en las entrevistas realizadas durante la investigación. En segundo lugar, en comparación con la reiteración de fuentes oficiales, las organizaciones mencionadas tienen una presencia claramente testimonial en la producción de

información. Es paradigmático el hecho de que la Asociación Nacional de Locales de Alterne tenga más menciones (4) que la Red Española contra la trata de personas (1).

Tabla 14: Menciones a las organizaciones que trabajan en este ámbito

	EL MUNDO	EL PAÍS	20 MINUTOS	ABC	PÚBLICO
Feministas / Feminismo	5	10	1	1	23
APRAM	1	1	6	3	1
Hetaira	7	3	3	5	38
Cruz Roja	0	1			
Proyecto Esperanza	0	0	0	2	2
Amnistía Internacional	0	1	0	1	0
Aprosex	3	0	0	0	9
Red Española contra la trata de personas (RECTP)	0	0	0	0	1
Médicos del mundo	1	1	4	1	0
Defensora del pueblo	2	0	0	2	2
Asociación Nacional de Locales de Alterne (ANELA)	0	1	0	0	3

Fuente: Elaboración propia

Hay un déficit informativo en lo que se refiere a fuentes relevantes pertenecientes al movimiento feminista, de personas expertas de medios académicos y, sobre todo, el empleo como fuentes de las propias mujeres que ejercen la prostitución, sean o no tratadas. Si nos fijamos en la mención que se hace en los medios al feminismo o al movimiento u organizaciones feministas sólo tiene algo de relevancia para Público y, en mucha menor medida, para El País (en este medio se utiliza para hablar de las feministas en Francia sin identificar ninguna estructura organizacional). Público procura identificar las asociaciones y portavoces del movimiento feminista y señalar las diversas perspectivas que participan en el debate. Entre todas las organizaciones con visibilidad mediática destaca el Colectivo Hetaira, lo que indica la primacía que este medio da a la perspectiva pro-reguladora, aunque también dan espacio a organizaciones abolicionistas como la Plataforma Estatal de Organizaciones de Mujeres por la Abolición de la Prostitución.

Esta falta de pluralidad en las fuentes informativas hace que las informaciones de los diferentes medios sean bastante uniformes y, sobre todo, que carezcan de enfoques especializados que favorezcan el análisis. Este aspecto favorece la reproducción los mismos lugares comunes e informaciones estereotipadas y la reiteración –cuando procede- de idénticas opiniones y puntos de vista sobre la prostitución y la trata.

Otro de los problemas asociados a los medios es el de la **falta de independencia** en la elaboración de la información. Según el informe de la APM, el 80,4% de los y las periodistas entrevistados reconocieron haberse sentido presionados alguna vez por su jefe o empresa en el ejercicio de sus funciones, en una coyuntura de endurecimiento de la situación económica de los medios. Estas presiones afectan a cuestiones éticas y deontológicas (a qué fuentes recurrir, de qué se puede informar o no, etc.) del ejercicio de la profesión y pueden afectar al tratamiento de la información y a la recurrencia al sensacionalismo y al amarillismo, con la influencia perjudicial que ello tiene en un tema controvertido como el de la prostitución.

No obstante, tomando en consideración tanto las conversaciones con los periodistas, como los resultados del análisis creemos que la incidencia de la línea editorial en los distintos medios es poco relevante en términos de presión directa o de cortapisas a la hora de consultar distintas fuentes. La línea editorial establecida en la mayoría de los medios se explica mejor por las rutinas establecidas, la falta de especialización, la dependencia de agencias, etc. No obstante, hay otras dinámicas que deben tenerse en cuenta, por ejemplo, en Público hay una línea editorial clara que busca marcar la

diferencia entre la trata y la prostitución voluntaria, y visibilizar esta última como un trabajo con derechos, sin descuidar la presentación del debate a partir de posiciones enfrentadas. Por el contrario, en El Mundo o en ABC no se controlan tanto los temas que, en muchas ocasiones, se toman de las agencias o por propuesta de los colaboradores, pero se imprime la línea editorial en el trabajo de edición al retocar los titulares y escoger las fotografías. En el caso de El Mundo, suele optarse por un estilo más sensacionalista que persigue poner de relieve la dimensión sexual de la prostitución. Por ejemplo, en uno de los casos analizados la edición debía ilustrar una pieza y en vez de escoger las imágenes proporcionadas por las fuentes en las que se podía ver a mujeres en contextos convencionales, con vestimentas poco marcadas desde el punto de vista de su sexualización, se optó por un desnudo, con el que se perseguía captar la atención de los lectores.

Junto con estas limitaciones de tipo estructural, hay que observar el modo en que los medios de comunicación, más específicamente **las y los profesionales que lo componen no son ajenos al imaginario social en vigor sobre la prostitución y la trata**. Y es evidente que las creencias, imaginarios y afectos particulares en relación a estos asuntos condicionarán los enfoques y la forma de presentar y elaborar la información por la naturaleza del propio fenómeno, como veremos en el apartado sobre la opinión de los periodistas.

Estudios anteriores señalaban que los medios prestaban escasa atención a esta temática y que lo hacían desde un tratamiento estereotipado de la información, con una evidente falta de cuestionamiento sobre esta realidad. Sin embargo, el análisis realizado en esta investigación apunta a que hoy **la prostitución y la trata configuran un issue perfectamente delimitado**, es decir, **un asunto polémico con presencia mediática en el largo plazo**, que aparece en el espacio público de forma constante y reiterativa a través de cierto tipo de informaciones y que puede ascender a la primera plana de la información si sucede un acontecimiento de mayor relevancia. Desde hace algo más de una década, los medios de comunicación prestan atención a todas las operaciones sobre trata e informan de los principales cambios en la legislación sobre prostitución, este goteo constante de noticias –muchas veces de escasa entidad– favorece la conformación de este asunto, va dibujando sus límites y los relatos principales. **Este nuevo enfoque no ha hecho desaparecer los imaginarios estereotipados previos que vinculaban de manera insistente la prostitución con la delincuencia y el consumo de drogas, pero los ha matizado** y ha incluido un marco de sentido y un nuevo imaginario compartido que se refuerza con cada mención a la trata en las noticias. No hemos encontrado en nuestra muestra una banalización de la información como patrón destacable y generalizado, pero sí cierto sensacionalismo: sexo, droga, violencia...asuntos que generan fascinación y acrecientan la distancia entre nosotros ciudadanos y ellas.

En el apartado sobre la perspectiva teórica hemos explicado cómo la repetición resulta fundamental para la construcción de los asuntos, ya que con ella se consigue que estos se incorporen a la cotidianeidad. El entramado de noticias repetidas sirve como telón de fondo en el que insertar aquellos acontecimientos que, como decimos, ascienden hasta la primera plana de la información, para ocupar las portadas o elaborarse en géneros de mayor profundidad (reportajes, especiales multimedia, infografías, etc.). De este modo, los eventos singulares y de mayor trascendencia (los casos particulares de víctimas, el debate de los Inspectores de Hacienda, la aprobación de la nueva ley en Francia) no se interpretarán como acontecimientos aislados, sino que se conectarán con estas otras noticias menores reiterativas. El problema reside en que no exista un relato y un marco de sentido explicativo más general y estructurado con el que se pueda dar sentido a las noticias anecdóticas y a los grandes casos. Una visión similar aparece publicada en uno de los artículos de nuestra muestra:

“Lo de la niña rumana de 15 años que tenían como reclamo en el club La Perla de Padrón no es una anécdota. Lo convertisteis en anécdota los periodistas, porque lo publicasteis, pero no es

nuevo”, asegura Carmen Lago, presidenta de la Asociación Faraxa de Vigo contra la explotación sexual”. (El País).

Desde nuestro punto de vista, pese a los avances en términos de cobertura y la ampliación de temáticas, en general, **los medios todavía no realizan un cuestionamiento suficiente, ni contribuyen al debate sobre la prostitución de manera rigurosa y plural.** Hay muchísimos aspectos que aún están invisibilizados, sin ánimo de ser exhaustivo éstas son algunas cuestiones: no se trabaja con un enfoque de derechos humanos; no se relaciona la prostitución y la trata con la violencia de género; no se incorpora un enfoque económico, ni se mencionan las cuestiones de salud pública; no se explica en qué consiste la trata, ni las dificultades para perseguirla; no se explicitan las diferencias entre los delitos de tráfico y trata, ni se aborda el recurso del asilo para las víctimas, etc.

Así pues, la representación convencional de la prostitución como foco de conflictividad social en las calles (drogas, delincuencia, violencia, comportamientos incívicos, etc.), convive hoy con otro relato que nos cuenta que muchas de ellas, en realidad, están siendo explotadas y viendo sus derechos vulnerados. Lo que ambos relatos comparten, desgraciadamente, es un **tono excesivamente sensacionalista**, en el que abunda en los aspectos morbosos, escabrosos, chuscos, e incluso frívolos, destacando datos o aportando información que más que enriquecer el análisis y dar criterios de análisis, confunde a la opinión pública (como los precios, los servicios sexuales ofertados o las preferencias de la “clientela”). Este tono sensacionalista está además presente en las imágenes, como analizaremos en el apartado sobre representaciones visuales.

Además de aquello de lo que no se habla y del tono sensacionalista, nos parece preocupante **la incapacidad de los medios para relacionar la prostitución y la trata, dos asuntos que se presentan habitualmente de manera disociada**, sin explicar qué vínculos existen entre la prostitución voluntaria y la forzada, cuales son los contextos compartidos. Por el contrario, se dan dos imaginarios enfrentados y dos perspectivas diferentes al respecto. La trata suele abordarse como un suceso, una alteración del orden público, un fenómeno delictivo y marginal, algo local, cuando se trata de una problemática grave que requeriría de más recursos, espacio, análisis, preponderancia, etc. Mientras que cuando se habla de la prostitución voluntaria se tiende a presentar como algo consustancial a la cultura y desde cierto punto de vista, inevitable.

En los medios se ofrecen repetidamente los datos de las posiciones abolicionistas, que cifran en más de un 90% el número de mujeres que ejercen la prostitución de manera forzada (o no voluntaria), datos que no se atribuyen nunca a estudios específicos y no se contrastan, pero cuya fuerza simbólica es innegable. En nuestra muestra aparecen citados en declaraciones del Ayuntamiento y la Delegación de Gobierno de Madrid, del Gobierno Francés y en artículos de opinión. Sin embargo, estas referencias que se dan por buenas en un tipo de relato, parecen quedar sin efecto cuando se abordan otras informaciones y esta situación solo es posible a causa de la desconexión evidente que acabamos de señalar.

Si los medios no invitan a reflexionar sobre la prostitución como una institución patriarcal y como un fenómeno que podría llegar a desaparecer por efecto del cambio social, quizá la manera más lógica de establecer la conexión entre estas dos visiones sea pensar que la prostitución es una actividad “normal” y legítima y la trata su versión delictiva o desviada. Un cambio paradójico que estaría desplazando aún más las barreras de la conflictividad y la exclusión, porque ahora ya no se participa de la desviación social por la condición de prostituta, sino que cabría un terreno de mayor desviación habitado por las mujeres en situación de prostitución. **¿Podría este relato disociado sobre la trata estar contribuyendo a normativizar la prostitución como una actividad social “respetable”?**

La explotación que experimentan las mujeres en situación de prostitución y las consecuencias que para su salud mental y física, el ejercicio de sus derechos o sus oportunidades vitales, son obviadas por los medios que, además al presentar la prostitución como una elección libre de las mujeres sin

esto es el relato que vincula prostitución y “orden público” se construye de manera transversal al hablar de esta actividad en las carreteras y de los conflictos vecinales por la degradación de los barrios. En ocasiones, estos son micro-narraciones, es decir, relatos secundarios dentro del marco interpretativo genérico.

El **relato del “orden público”**, es un relato –relacionado con la mirada policial y las sanciones- que aborda la prostitución más como una causa, que como objeto central del relato, porque se refiere sobre todo a la necesidad de mantener el decoro y los espacios públicos ordenados y salubres. En estas narraciones, la cuestión importante –el objeto de valor- no es la trata, o las condiciones en que viven las mujeres o sus derechos, sino que el objeto de conflicto es un modo específico de entender el espacio público y la prostitución sería un aspecto que impide la seguridad, la armonía y la convivencia ciudadana en dicho espacio. Los medios en el relato sobre el orden público suelen alinearse con la perspectiva de los vecinos y los buenos ciudadanos, entre otras cosas critica la acción de las administraciones públicas al sostener que, a través de sus leyes y ordenanzas, en cierto sentido han provocado las alteraciones del orden público al favorecer una concentración de las actividades ilícitas de las redes de explotación sexual en ciertos barrios y polígonos.

El **relato de los “clientes famosos”**, en el que se adopta la estructura narrativa del “suceso”: un famoso pillado *in fraganti*. Esta narración reenvía al relato judicial sobre proxenetismo como delito. En este caso, como veremos con detalle en la descripción de los clientes, desaparece la figura de la víctima que se sustituye por la de la prostituta caracterizada casi como *femme fatale* y se privilegia la perspectiva de la prostitución como negocio, en un marco normalizador de esta, incluso cuando están involucradas menores. El punto de vista que se defiende en este relato es el de los varones implicados mientras ellas son mencionadas de modo despectivo (“La prostituta de Benzema y Ribéry se hace 'de oro'”) o mediante eufemismos («chica de compañía», “En la cama con Justin Bieber”).

En el **relato “legislación”** hay una estructura narrativa muy clara. En primer lugar, se identifican como origen una serie de actores: las instituciones públicas (El Congreso, la Asamblea, “Francia”, “Canadá”, el PSOE), ya sean órganos legislativos, representantes políticos (James Cameron, González) o judiciales (El Supremo). Todos ellos realizan una acción –legislar-, sin embargo no suele ser la perspectiva de estas instituciones la que recoge la noticia, sino que prima la cobertura desde la perspectiva de los afectados por estas acciones legislativas. Los afectados pueden ser los clientes (“Los diputados galos aprueban la penalización al cliente de la prostitución”) o las trabajadoras sexuales (“Las prostitutas se revuelven contra su criminalización en la Ley de Seguridad Ciudadana”). Dentro de este relato secundario, encontramos dos relatos menores: el “libertario-liberal” y el “paternalista”. En el primer caso, la acción legislativa se presenta como “penalización” y “persecución” del cliente (ABC, El Mundo). La perspectiva que surge de esta narración es sin duda la del “cliente” que se inserta en el relato como víctima de la “prohibición”, que adquiere una connotación negativa (“La Asamblea Nacional debate la ley que persigue a los clientes del sexo”. El Mundo). Aquí la prostitución se focaliza desde la ideología liberal, según la cual la prostitución es una libre elección y tanto prostitutas como clientes tienen derecho a beneficiarse. El protagonista, como decimos son básicamente los clientes, lo son incluso cuando la perspectiva se desplaza desde una posición liberal, hacia una más cercana al abolicionismo o al menos que cuestiona el punto de vista de los clientes, como en El País o en Público (“El 'derecho' – entre comillas - a la prostituta”, “Polémica en Francia por un manifiesto a favor de la prostitución”, El País). A estas perspectivas liberales, se suma otro punto de vista de tipo paternalista ya que se trata de sujetos privilegiados (intelectuales burgueses) que se encargan de “proteger” tanto los pobres clientes perseguidos como a las prostitutas que tienen derecho a ganarse su dinero como quieren (nos referimos a la polémica por el manifiesto de los 343 intelectuales franceses o a las declaraciones de Catherine Deneuve, protagonista de Belle de Jour).

Por último, el **relato de la “prostitución voluntaria”** pasa casi siempre a través de la narración en primera persona donde el sujeto impone su perspectiva como trabajadora o trabajador sexual

contando su experiencia, su propia historia y los motivos de su “trabajo”. En este caso, el objeto de valor es el trabajo, la libertad de elegir vender su propio cuerpo a cambio de dinero. Por ejemplo, esta perspectiva aparece en las noticias que recogen la polémica en un programa de RTVE en el que se discutió un curso (de pago) ofrecido por la Asociación Aprox sobre cómo mejorar la profesionalidad de las mujeres que eligen ejercer la prostitución y en las entrevistas realizadas a un prostituto con motivo de la publicación de un libro de memorias.

Junto a estos, se pueden identificar otros relatos de menor entidad. El **relato de la “rehabilitación”** está basado en la idea de que las mujeres tienen que recuperarse, en él se aplica más el marco de sentido de la enfermedad que el de la reparación de justicia y la supervivencia; por otro lado, se propone desde un punto de vista paternalista ya que casi siempre está contado desde las organizaciones y las administraciones públicas y no desde las propias mujeres afectadas. Por último y ligado al anterior, estaría el **relato de la “pobreza”**, es el que corresponde a las noticias de la sección internacional y que sirve para describir a los “otros”, en ellos se argumenta que las condiciones de pobreza y vulneración de derechos humanos tienen como consecuencia, y casi como destino inexorable, la explotación sexual para esas mujeres y niños.

5.5.2. Actores principales de los relatos

Identificaremos actores protagonistas y secundarios. Los actores que realizan acciones y los que actúan como objetos.

a) Mujeres

¿Quiénes son las mujeres en el relato informativo sobre prostitución y trata? No podemos afirmar que exista un único modelo o figura pero sí nos parece que haya pautas de representación compartidas entre los diferentes tipos. Desde nuestro punto de vista, lo que sigue primando como demostraron estudios anteriores es la **estigmatización**.

El estigma funciona como una especie de pedagogía para el conjunto de las mujeres, al señalarles la línea entre las buenas y las malas mujeres. De ahí que si alguna cae y se traslada a las lindes de lo social tendrá que hacer un acto de rehabilitación para regresar a los espacios de la buena vida. Este proceso de rehabilitación es uno de los relatos secundarios que hemos identificado en el análisis.

Este proceso de estigmatización “se agudiza aún más si cabe en el caso de ‘mujeres inmigrantes’ donde se pliegan y condensan todas las narrativas coloniales de conquista heterosexual por las cuales las ‘otras mujeres oscuras’ aparecían como hipersexualizadas y sus cuerpos racializados y exotizados se presentan como sexualmente disponibles y consumibles (...) lo que permite mantener el privilegio de la posición blanca y colonizadora. Son mujeres que no son dignas de ser ‘esposa’, privilegio que se limitaría a las mujeres blancas para asegurar una descendencia legítima” (Romero Bachiller, 2005: 152-153).

En resumen, la prostituta es la mujer del cuerpo anónimo e intercambiable, hipersexual, viciosa y, sobre todo, silenciada, no tiene discurso propio, al menos, en el relato informativo hegemónico (veremos un ejemplo de la emergencia de sus discursos en medios alternativos). El estigma deshumaniza a estas mujeres en diversos grados y las convierte en sujetos inapropiados para participar en la esfera pública, ya sea por su condición de víctimas o de amenazas al orden sociosexual, que define la normalidad desde el punto de vista del nosotros (o de las nuestras) (Grupo PICNIC, 2007).

- En la escala más baja se encontrarían **las víctimas de trata** –aquellas identificadas como tales- que han sido esclavizadas, convertidas en mercancía, objetos de violencia, transformadas en cuerpos accesibles y consumibles. Suelen estar convertidas en cifras policiales, mostradas desde su infantilismo (fueron engañadas), cultura atrasada (tienen miedo del vudú), o fragilidad psicológica (se dejaron engañar por sus amantes). Las víctimas pueden haber sido liberadas en España o en cualquier otro país, su representación es similar.
- Por encima de ellas, están **las prostitutas inmigrantes que lo hacen por voluntad propia** (aunque sea empujadas por los contextos de pobreza) para quienes el estigma no procede de la victimización sino de su ser amenazante y transgresor. Estas mujeres son contadas desde el estereotipo colonial: su sexualidad desbordante y sus valores poco maternos, les permiten aprovecharse de la sexualidad como forma de supervivencia en nuestro país. Estas se enmarcan también en los contextos de criminalidad, consumo de drogas, etc. En esta categoría se incluyen además, por los rasgos que comparten, las mujeres que ejercen la prostitución en otros países (China, Colombia, etc.)
- En el siguiente escalón, se hallan **las mujeres españolas que se han visto abocadas a ejercer la prostitución por el contexto de crisis económica**. En este caso, se retoma la figura de la víctima, ya que suelen aparecer en el discurso informativo como beneficiarias de la ayuda por parte de administraciones y organizaciones sociales. Se relata su incremento y se contabilizan como nuevos sujetos del mundo de la prostitución. Señala la dimensión laboral al ser un relato que cuenta cómo los autóctonos vuelven a tener que desarrollar las actividades que no deseaban, por ser más precarias (muchas veces por implicar explotación laboral) y que hasta ahora se habían estado cediendo a los y las personas inmigrantes.
- Algo más arriba en la escala del estigma se ubican **las trabajadoras sexuales**, en este caso, están sometidas a un juicio moral porque también ellas cuestionan el orden sociosexual. Sin embargo, se las presenta en términos de mayor igualdad y menor distancia con respecto al “nosotras” que constituyen el resto de las mujeres: ciudadanas españolas, trabajadoras, blancas, heterosexuales, casadas o con posibilidad de estarlo, etc. En esta categoría se unen desde las “desvergonzadas” mujeres que cobran por sexo a los clientes famosos, las universitarias que se pagan las carreras mediante la prostitución, las que buscan dinero fácil hasta las que -como parte de los trabajos destinados a la clase baja- quieren poder vivir y cuidar con ello a sus familias.

Aceptamos que las mujeres en situación de prostitución sean víctimas, siempre que podamos identificar con claridad que sus explotadores no son de los nuestros; es decir, de momento, en el relato informativo los prostituidores no son los clientes. Es más, la figura malvada de las redes y las mafias está mucho más ligada a los inmigrantes y extranjeros que a los dueños de clubs españoles.

Sobre la idea de que **las condiciones de precariedad y explotación se perciben como beneficiosas**, es habitual encontrar crónicas sobre prostitución en las que se deja entrever que no es una actividad tan mala, ya que se gana mucho dinero y no es un trabajo complejo. ¿Dónde van a estar mejor esas mujeres que en los pisos o en los clubs protegidas? Además, incluso los clientes las defienden y pueden llegar a convertirse en asistentes sexuales. Sin querer cuestionar que, en algún momento y para algunas mujeres, ésta sea una actividad libremente escogida, lo que nos interesa es destacar que estos argumentos (implicados en los relatos noticiosos) sirven para justificar -desde un estereotipo racista y machista- las condiciones de precariedad de las mujeres inmigrantes que ejercen la prostitución.

Por último, **la figura de la prostituta amenazante** está implícita en los universos simbólicos de la prostitución y adquiere diversas formas de aparición, por ejemplo, es un factor que favorece la degradación del espacio público y genera conflictos vecinales; son una tentación irresistible para los varones, como les sucede a los clientes famosos; son un demérito del PIB y de nuestra capacidad de crecimiento económico, por lo que deben salir a la luz o son un foco de consumo de drogas y de violencia.

En la muestra analizada aparece una noticia que tematiza de modo explícito su condición amenazante y el miedo del orden patriarcal a la prostituta. En ella habla un varón al que una mujer supuestamente le habría agredido en el pene, mientras realizaba un servicio de prostitución en el que participaba con otras dos mujeres. Es significativo que ésta sea la única noticia en la que el cliente tiene voz propia, mientras que las mujeres como sucede en el conjunto de las informaciones están desaparecidas.

“Había tomado «bastantes» copas. Tantas que, reconoce, ni se enteró de la orgía que comenzó él mismo en Málaga. Hasta que la borrachera se le quitó de golpe. Tampoco vio el arma ni intuyó la agresión. Lo último que esperaba, en plena faena, era un navajazo. Solo recuerda el dolor, muy intenso, y la sangre. «Yo mismo me hice un torniquete con unos vendajes. He estado a punto de quedar impotente», relata el hombre al que una prostituta presuntamente le seccionó el pene en un local de alterne tras una discusión por el pago del servicio.

Estuvo de farra con unos amigos, y la noche acabó en un local de alterne de la Costa, en Málaga. Allí siguió bebiendo. «Me dio la 'picaíta'», confiesa. Decidió subir a una de las habitaciones con tres chicas, una española, otra brasileña y la tercera... «también de por ahí, sudamericana». Sabía de antes cuánto costaba el servicio: «Cobraban 70 euros cada una». Cuando llegó la hora de abonar la tarifa, comenzó la disputa. «Le dije a una de ellas que no le iba a pagar. Reconozco que me puse un poco pesado por las copas que me había tomado», afirma el herido, que prefiere mantenerse en el anonimato. «Pero nunca pensé irme sin hacerlo. Hubiese pagado abajo y ya está.» (ABC)

El relato informativo sobre prostitución sitúa a las mujeres como outsiders, es decir, como sujetos que habitan un lugar de frontera en el límite del orden social (Grupo PICNIC, 2007). Por tanto, las representaciones mediáticas “ponen en escena un conjunto de sujetos y prácticas que contravienen las normativas sexuales y de género en un tiempo y espacio determinados, y el malestar social y sexual al que dan lugar se sustenta en un entramado de sentidos sobre género y sexualidades que excede la presentación del tema y funciona como espacio de configuración de imaginarios sociosexuales” (Von Lurzer, 2012).

a.1) Un espacio alternativo de presencia mediática para las mujeres

Mary: “La gente te mira como un trozo de carne y tú misma ya no te ves como persona”

Sofía: “Tú no puedes decir que no porque tú no tienes palabra”

En los márgenes de los medios de comunicación convencionales encontramos propuestas que hemos identificado como ejemplos de buenas prácticas en la cobertura sobre la prostitución y la trata de personas con fines de explotación sexual. Entre ellas, en este apartado vamos a repasar el reportaje multimedia publicado por Periodismo Humano: “Trata de Mujeres”, firmado por Patricia Simón, que ha recibido el reconocimiento de la agencia con perspectiva de género AMECO-PRESS a través de sus premios “Prensa-Mujer” en su VII Edición.

El monográfico sobre “Trata de mujeres” se realizó con la colaboración del Gobierno de Asturias, APRAM, Médicos del Mundo y Fundación de Solidaridad Amaranta. Según planteó Patricia Simón en la entrega del premio, *su objetivo consistía en enfatizar el enfoque de “contar a las protagonistas*

–víctimas de violencia de género o de trata, por ejemplo- desde su fortaleza” y reconstruir esas historias de vida no solo desde la agresión puntual, sino desde “el contexto que las pone en situación de vulnerabilidad y cómo ellas son capaces de sobrevivir y superarlas”.

Es evidente, como demuestra el cambio de lenguaje y temática que hemos visto en el análisis de los medios informativos de referencia, que actualmente los medios trabajan a partir de la idea de que la prostitución y la trata son dos fenómenos interdependientes, aunque no se explique ni se explicita del modo en que sería necesario. Este cambio de enfoque se recoge en el reportaje:

“España es uno de los 20 principales países de tránsito y destino de las víctimas de trata, según un informe de la ONU. Hace apenas unos años no se hablaba de este asunto. En cambio, hoy esta frase es más que familiar para muchos lectores.”

a.2) Víctimas de trata, víctimas de género y de la pobreza

Este trabajo relaciona específicamente la trata con dos aspectos: la violencia de género y la pobreza. Es decir, desde el titular –“Víctimas de trata, víctimas de género y de la pobreza”- se establece una red de sentido que hace una propuesta de interpretación para este fenómeno, ofreciendo un contexto habitualmente ausente del relato informativo hegemónico. Este titular implica una clara toma de posición, estas mujeres no están al margen del resto, no son menos mujeres, sino que son víctimas precisamente por el hecho de ser mujeres. Esta iniciativa periodística plantea que es preciso establecer una conexión entre la lucha contra estas prácticas violentas y otras luchas que están admitidas y legitimadas socialmente como la violencia en el marco de las relaciones de pareja.

Así mismo, no se plantea el acercamiento a la trata en el vacío, sino que se recuerda que existe un factor explicativo fundamental: la dimensión socio-económica. La pobreza a la que están sometidas estas mujeres las convierte en sujetos subalternos, más vulnerables ante la violación de los derechos humanos.

Así pues, ¿de quién habla el reportaje? de “trabajadoras pobres de países empobrecidos convertidas en esclavas sexuales para los hombres de los países ricos.” No se caracteriza a las mujeres por su identidad esencial, ni por un conjunto de atributos sino a través de sus condiciones sociales y su relación con otros sujetos en el marco de la estructura social. Ellas no son, sino que están insertas en una red de poder, marcada por la desigualdad de género, de clase y de etnia. Este reportaje aporta una mirada interseccional al fenómeno de la trata que sirve para complicar la representación hegemónica de las mujeres.

En este Especial, no se habla de víctimas de trata, sino de mujeres “esclavizadas”, lejos de un uso sensacionalista que se puede encontrar en otros medios del término esclava, en este caso su utilización sirve para no focalizar la mirada en la carencia, en la exclusión o en la falta de atributos, sino en la relación de explotación. La víctima puede ser interpretada como una figura aislada, mientras que aquella que ha sido esclavizada ha tenido que serlo por otro actor o sujeto. Puedo ser víctima de una circunstancia sin sujeto o con un sujeto muy difuso, mientras que cuando alguien es esclavizado es porque existe un esclavista, en este caso, un prostituidor.

El periodismo en este reportaje se reclama como un espacio de justicia, de reparación en el que emerge la voz de aquellas que fueron silenciadas y que no serán habladas por otros (ni la policía, ni los expertos), sino que podrán dar testimonio y este será un modo de participar en la esfera pública y recobrar la dignidad que les niegan al ser esclavizada, pero también cuando la representación les asigna figuras deshumanizantes (como objetos, carne, mercancías, etc.). Por ello, las mujeres protagonistas del reportaje intervienen en él con nombre y voz propia, haciendo referencia a su vida y sus acciones, no se las incluye como meros personajes y mucho menos como cuerpos sobreexposados.

Leamos la descripción de la primera protagonista, Sandra:

“Sandra está pendiente del teléfono esperando la respuesta a una entrevista de trabajo. Busca cualquier empleo, ha trabajado de camarera en bares y hoteles, de dependienta y ha hecho todos los cursos de formación que ha podido. Aunque puestos a poder elegir, prefiere cuidar a niños o ancianos. Su presencia y su tono durante la conversación son contundentes. Tiene 31 años aunque hay vidas y contextos en los que la edad no nos dice nada de la experiencia acumulada ni de etapas vitales.” Más adelante también se hablará de “trayectorias vitales”.

Nos gustaría contrastar esta descripción con otra de un reportaje publicado en El País, “Las olvidadas de los invernaderos” (21-04-2014):

“Los alegres colores celeste y violeta de las paredes del bar contrastan con la sordidez del interior. Es un local sin nombre ni rótulo, perdido entre las 28.000 hectáreas que ocupan los invernaderos de la provincia de Almería. Dentro se esconde la bella Aite, de pelo cortísimo, cutis perfecto y dentadura impecable. Sobre un desvencijado sofá cuenta que es nigeriana, que tiene 24 años y que un día fue enfermera.”

En el primero, se destaca la experiencia vital de una mujer, sus acciones y su actitud vital. En el segundo, la mujer no está incorporada al relato como actora, sino como parte del paisaje, no se habla de lo que hace, sino de sus atributos físicos (pelo, piel y dentadura), no es suficiente su nombre, tiene que estar convertida en un personaje “la bella Aite” y además es importante destacar su procedencia: nigeriana, para ofrecer una descripción racializada. Por último, mientras que en Periodismo Humano se hace hincapié en la noción de etapas vitales, de fases que cambian, afectan a la persona pero no la definen esencialmente, en El País la idea de un pasado perdido –“un día fue enfermera”- conecta con la pauta representacional por la que las mujeres que ejercen la prostitución pasan a tenerla inscrita en su identidad como un asunto imborrable que desde ese momento hacia delante dirá quiénes son, no a qué se ha tenido que dedicar.

El reportaje de Periodismo Humano tiene otra virtud desde el punto de vista ético, porque admite que la representación, tanto el relato subjetivo de las protagonistas como el relato mediático no son exhaustivos, se admite que se está ofreciendo una aproximación limitada, no una descripción literal de la realidad tal cual es. No hay un intento de legitimar una mirada objetivista y neutra que, supuestamente, sería capaz de verlo todo y sacar a la luz una verdad incuestionada. Estas pretensiones de objetivismo son características de la retórica informativa en los medios y del que este reportaje se distancia mediante la siguiente afirmación:

“Sandra y el resto de mujeres víctimas de trata con fines de explotación sexual entrevistadas por Periodismo Humano para este Especial, son mujeres a las que sus contextos, sus decisiones y la vida les ha colado más obstáculos de los narrables –¿cuántos no se habrán quedado en el tintero de la memoria, borrados por la concatenación de desgracias?–, pero que han tenido que ir superando porque seguía amaneciendo, convirtiéndolas en mujeres en las que casi se materializa la capacidad de supervivencia del ser humano, o “mujeres que no se rinden” como reza el eslogan de la Fundación de Solidaridad Amaranta.”

Otra cuestión central que se dirime en la entradilla de este reportaje es la posición que se concede a las mujeres, no serán víctimas en el sentido convencional, aquellas sometidas a las fuerzas del destino o a las acciones de otros actores, sino que en sus historias intervienen además: “sus contextos, sus decisiones” y, además, “la vida”. No son puras marionetas, como las dibujan la mayoría de las noticias breves sobre redadas.

Necesitamos que los datos y las cifras estén ejemplificados, se conviertan en figuras que nos ayuden, por un lado, a comprender la complejidad y por otro, que activen los sentimientos morales, básicamente la empatía hacia los otros, mientras esto no suceda las mujeres no serán más que prostitutas e inmigrantes. El especial de Periodismo Humano recorre esta senda, buscar el caso paradigmático respetando su singularidad.

“El caso de Sandra es paradigmático de la trata de mujeres con fines de explotación sexual con origen nigeriano. El empleo del vudú como forma de coacción, las redes de cercanía con el entorno familiar y las amenazas contra éste, así como la trampa de una deuda que puede alcanzar los 60.000 euros.”

Para empezar, en el especial se niega que no todas están engañadas y en caso de estarlo no todas en el mismo sentido:

“Mujeres que fueron traídas a nuestras calles y carreteras sin saber que una vida mejor para ellas y sus familias significaba ser prostituidas y contraer una deuda de decenas de miles de euros o, en otros casos, sin saber en qué condiciones ni cuánto tiempo les costaría recuperar la libertad.”

Habitualmente, en la información la mención a las redes es genérica, lo que permite que el lector active el imaginario ficcional, poco definido, de la red como una serie de individuos violentos sin conexión previa con las víctimas, algo parecido a lo que las películas describen como redes de narcotraficantes. Sin embargo, las redes que actúan en la trata son de tipos muy diversos, en algunos casos, no hay conexión previa, pero en otros muchos, existen lazos familiares, de vecindad o de amistad con las víctimas, volveremos sobre esto más adelante. Es esta complejidad de las redes y lo que sucede en los lugares de origen lo que se niega en el relato informativo hegemónico.

Las representaciones mayoritarias exigen un perfil de las víctimas sin fisuras (indefensas, inocentes, etc.), deben quedar identificadas como tales para poder generar empatía, compasión y ser sujetos merecedores de protección. El tratamiento informativo convencional prefiere las víctimas infantilizadas, porque en esa imagen de “las otras”, no cabe un sujeto con poder para tomar decisiones, que además se responsabiliza de sus actos.

Igualmente, las menciones al origen se restringen a una mención genérica sobre la deuda contraída, pero no se relata cómo se contrae la deuda, qué es lo que se está pagando y tampoco suele visibilizarse el viaje. Lo contrario sucede en el reportaje que estamos comentando:

“En el caso de Sandra, como ella dice, “tuve suerte” porque fueron 45.000 euros los exigidos ya que finalmente el viaje no fue en avión, sino a pie con otras “sesenta y pico personas”, lo que les llevó un año y medio “porque no había dinero para coche”. Desde Nigeria a Marruecos. En el camino por el desierto, verse sobreviviendo gracias a “beberse la propia orina”, convivir con compañeras de viaje que tienen que dejar sus bebés -muchas veces fruto de violaciones cometidas por sus tratantes- “porque no tienen para alimentarlo y porque queda mucho hasta su destino”. En patera hasta España, que vuelca lo que provoca la muerte de doce personas. Varios medios de transporte más para llegar a Palma de Mallorca, donde le esperaba su “chula”.

En este reportaje, no se muestra a las mujeres solas sino que se hace mención a sus **redes familiares, a personas de su entorno** que las quieren y se preocupan por ellas, por ejemplo, la abuela de Sandra. Puede parecer un gesto sin importancia, sin embargo, informativamente es una escena inexistente. Las mujeres víctimas de trata en la información periodística aparecen siempre aisladas, sólo acompañadas de otras como ellas, de hijos mal atendidos y a veces de parejas conflictivas. Es una apertura de los imaginarios el visibilizar a una mujer joven llamando a su abuela para pedir consuelo.

“Cuando me llevó a un club para trabajar, yo nunca había visto a gente así, desnuda, con tanga. Y después ella me dijo que me toca a mí. Es una vida muy dura. Llamé a mi abuela y me dijo que volviera pero la jefa me dijo que aunque regresara iba a tener que pagar. ¿A dónde voy a encontrar 45.000 euros en Nigeria?”.

También lo es mostrar el miedo y la preocupación de los familiares que están lejos por estas mujeres. Otra de las mujeres entrevistadas en el reportaje, Mary, lo cuenta:

“En esos momentos lo que te preocupa no eres tú sino tu familia, te da pena porque ellos no sabían a lo que venías. Mi madre sí lo sabía pero a ella también le engañaron porque le dijeron que en dos meses ya estaría libre, pero lo que ellos no saben es el trato que recibes aquí. La madre de mi jefa fue a buscarla para decirle que su hija se había marchado sin pagar y ella se cayó al suelo y fue hospitalizada porque pensó que si no pagaba era porque me habían matado.”

En estos relatos, la red no es sólo un entramado criminal, una mafia sino que puede llegar a tener aspectos positivos:

“Helena (Maleno) añade otra dificultad para que las mujeres denuncien: Estamos hablando de redes que no sólo se convierten en referencia en los países de origen, sino también de referencia y protección durante el tránsito porque a pesar de la violencia éstas ejercen, a veces la violencia exterior es tan alta que la protección que ofrecen para llegar a Europa en buenas condiciones se perfila como algo necesario. En esta situación, el vínculo emocional que se genera con la red es tan fuerte que después es muy complicado para la víctima denunciar porque forma parte de su construcción social y de su proyecto migratorio”.

Parece francamente complicado contar que en estos contextos vitales no todo es horror y violencia también existen vínculos afectivos, tampoco es sencillo destacar la diversidad de los procesos migratorios y de qué manera funcionan como factor explicativo de las condiciones en las que se encuentran en España. Este relato periodístico coincide con muchos de los estudios que utilizan la metodología etnográfica y a las entrevistas en profundidad con mujeres que están o han estado viviendo en estos contextos, ya sean o no víctimas de trata. Si el entramado de las redes es complejo, no puede subsumirse en un relato simplificado, porque éste tiene como consecuencia, entre otras, que las mujeres se vean interpeladas como víctimas por todos los actores externos (policía, sociedad, organizaciones). Lo que plantea este reportaje es que una parte de ellas no se percibe como tal, y por tanto, no se estaría respetando su capacidad de dar nombre y reconocer su situación en términos no reduccionistas y, sobre todo, que impliquen una nueva exclusión e injusticia.

Otro aspecto novedoso de este reportaje es **plantear que la explotación se puede dejar atrás**, lo que reafirma una representación de las mujeres que no equipara esencias y existencias, el ser con el estar o el hacer; no son prostitutas, sino que han sido obligadas a ejercer la prostitución durante un tiempo -9 años en el caso de Sandra-, pero pasado ese periodo es posible “seguir adelante”. En general, la información periodística utiliza el presente, la actualidad como tiempo básico del relato, en las descripciones habituales de estas mujeres el tiempo parece detenerse y se presentan bien como víctimas o como prostitutas *sine die*. Por el contrario, en este especial la condición de víctima se inserta en el tiempo, es una historia que puede llegar a tener un final y Simón, a través de los testimonios de las mujeres y sus crónicas, nos ayuda a imaginarlo.

“Llegó en abril de 2002 y terminó de pagar la deuda en 2011. “Cuando le digo a mi familia que aquí no es tan fácil, no me creen. Pero es normal, yo tampoco lo creía cuando alguien me lo decía”. Sandra sale pitando a una entrevista de trabajo. Tiene 31 años, fue víctima de trata, pero también y gracias a sus agallas y al apoyo de la Asociación por la prevención, reinserción y atención de la mujer prostituta. (APRAMP), Sandra ha aprendido español -cuando ni siquiera sabía leer y escribir-, informática, y lo que haga falta para seguir adelante.”

Un aspecto destacable de este reportaje es la pluralidad de fuentes que se citan, personales, institucionales y documentales. En este especial hablan además de las mujeres víctimas de trata Sandra, Susana, Mary y Sofía, Clara Corbera, abogada de la Fundación Solidaridad Amaranta y otras trabajadoras sociales de dicha Fundación, la inspectora Gema Gutiérrez, jefa del Grupo Operativo de la Policía de Gijón, Helena Maleno investigadora experta en procesos migratorios y en trata de personas, Carmen Curto, presidenta de Médicos del Mundo Asturias (MDM).

Entre las referencias documentales, recopiladas en una sección específica, este reportaje aporta: anuncios de campañas contra el tráfico de personas; el Informe de Eurostat “España debe cumplir con sus compromisos en materia de trata de seres humanos”; el Protocolo de Palermo (2003) ONU; la Guía para la identificación y derivación de las víctimas de trata con fines de explotación sexual, elaborada por la Red Española contra la Trata de Personas; el Informe “La trata de seres humanos en España. Víctimas inviables” del Defensor del Pueblo; el Plan integral contra la trata de seres humanos del Ministerio de Igualdad; el Manual para la lucha contra la trata de personas publicado por la ONU en el Programa mundial contra la trata de personas, etc. Es un trabajo de recopilación exhaustiva de informes, reglamentos, noticias, etc. y una muestra del modo en que se concibe la labor periodística como un instrumento para la sensibilización de la ciudadanía, incluso como herramienta de trabajo para actores expertos.

¿Qué otros temas o aspectos recoge este reportaje? El trabajo de Patricia Simón aborda la problemática de la identificación de las víctimas de trata, la cuestión del consentimiento y de la denuncia, así como el marco legislativo en el que todo ello opera. A la hora de hablar sobre el problema de la denuncia, el relato no hace recaer en las mujeres la dificultad intrínseca a esta situación, sino que señala los obstáculos de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad de Estado a la hora de recabar información suficiente para iniciar un proceso judicial, se hace una crítica a la legislación vigente, se llama la atención sobre la desprotección a la que están sometidas las víctimas por parte de la Administración y además se amplía el foco de la explotación sexual relacionándolo con la explotación laboral.

Se procura llevar a los lectores a lo que implica la trata en los países de origen y cómo este fenómeno está intercalado con las estrategias migratorias y con la búsqueda de soluciones para sobrevivir a la pobreza. Ellas no son sólo las que están prostituyéndose en España, son algo más, formar parte de la sociedad, a través de sus familiares. Se busca representar tanto sus vidas, como visibilizar, las redes migratorias y las estructuras de pobreza internacional.

“Ellas son la generación que está sacrificándose para que su familia salga de la pobreza.”

Aunque el reportaje no hace hincapié en la violencia, ni en los aspectos sensacionalistas y morbosos, eso no significa que no aborde las figuras de los prostituidores, los proxenetes y chulos pero también las jefas, se concede protagonismo a las mujeres que controlan a otras mujeres. Se mencionan los espacios donde habitan las mujeres: los clubs, la calle, los pisos para no sobre representar un único tipo de actividad, de hecho, la más marginal. Además se evita hablar desde la situación de excepcionalidad, dando la sensación de que lo que allí pasa sea extraño, extravagante, en los espacios de prostitución hay cotidianidad y rutina.

Pero lejos de querer normalizarlo, hay una apelación directa al lector para que haga justo lo contrario, no normalice, para que se cuestione cómo este es un asunto con el que ha aprendido a convivir. Tal y como hicieron las feministas en su proceso de sensibilización social al pedir a la población que se pusiera las “gafas de género”, el reportaje recoge esta misma metáfora hablando de las “gafas de la prostitución”.

Se propone adoptar una posición de extrañamiento frente a lo que observamos en la calle y en los clubs, una mirada que debería aplicarse también a la información mediática. Quizá mientras que no cambie el tipo de cobertura mediática, desde los espacios marginales de la comunicación haya que enseñar cómo leer entre líneas y apuntar que no todas las noticias hablan de la misma realidad.

Y por último, tal y como comenzamos el apartado nos habla de **ellas como víctimas de la pobreza**, para quienes –una vez abandonada la red- la prostitución se convierte en una estrategia de supervivencia. Al contarlo de este modo se busca evitar la posición paternalista y el juicio moral fácil.

En este sentido, el reportaje se compromete no ya con una de las posiciones prefijadas en el debate (abolicionismo o legalización), sino con otra perspectiva que rompe el marco establecido: la

convicción de que el hecho de que la decisión esté condicionada por la vulnerabilidad no anula su libertad. Esto implica que se habla de estas mujeres y con estas mujeres en términos de igualdad como sujetos con poder para afrontar la vida, siempre sabiendo las limitaciones y condicionantes a las que se debe hacer frente a lo largo de una trayectoria vital, en este caso, marcada por el sufrimiento provocado por la estructura de desigualdad de género, de clase y de étnica que caracteriza a la sociedad contemporánea.

b) Clientes

En el apartado sobre el uso del vocabulario vimos como la manera convencional de referirse a los demandantes de prostitución es el término cliente, asociada a la idea de consumo, frente a otro marco posible como explotación. No existe en los medios una representación exhaustiva de los clientes, son una figura secundaria, casi siempre presupuesta, es decir, no es el objeto de la información. Pese a ser el sujeto necesario no se dedica casi espacio a describirlo, sólo se le menciona como parte del entramado. Incluso cuando es protagonista como sucede en las noticias sobre las ordenanzas municipales o las leyes que prevén multas y sanciones para el consumidor de prostitución se pierde la oportunidad de ponerle rostro, de contribuir a ampliar los límites del imaginario sobre la prostitución y la trata. Estamos ante **una figura ambivalente**, resumida en dos opiniones recogidas ambas en el periódico Público: el cliente puede ser cómplice de las mafias o estar siendo estigmatizado injustamente.

“Por eso soy abolicionista y considero al cliente cómplice de las mafias, y como tal debería ser penado.” (Público)

“Una iniciativa que además trata de combatir toda una mitología creada alrededor de la prostitución que victimiza a la trabajadora del sexo y convierte al cliente en un ogro depravado, sádico y misógino.” (Público)

En la representación mediática, la caracterización del cliente suele estar más cercana a la imagen de sujeto malvado, siempre misógino. En primer lugar, el cliente o **los clientes son aquellos para los que la red, la mafia o los proxenetas preparan a las mujeres**, para los que ellas tienen que estar a disposición:

“Primero saludan y hacen una reverencia al cliente, que está sentado frente a ellas en un sofá. (...) Mientras tanto, un supervisor invita al cliente a elegir la que más le guste.” (El Mundo)

“Ahora son españolas las que se convierten en “ganado” para los clientes de otros países.” (Público)

“Habían instalado un sistema de luces para avisar a las mujeres sobre un cliente potencial” (ABC)

Además, el demandante de prostitución participa de la violencia ejercida hacia las mujeres de distintas formas. Esta idea suele plantearse en los artículos de opinión o a través del testimonio de organizaciones que trabajan en apoyo de las mujeres:

“Todas son utilizadas por uno o varios chulos, todas son expoliadas por el proxeneta y todas son maltratadas por los clientes y por los macarras.” (Público)

“No se trata de menores, pero sí llegan más chicas de 19 años o con la mayoría de edad recién cumplida y cuerpos o apariencia aniñada. Es otra respuesta a la demanda existente”, señala Rocío Nieto. Al haber más mujeres en la calle, la competencia también ha hecho bajar los precios. El servicio que se pagaba a 30, 40 o 50 euros llega a hacerse ahora por 20 y hasta por 15, dependiendo de la práctica solicitada. “Las chicas tienen que pasar más horas en la calle para ganar lo mismo. Los clientes les piden actos sin preservativo por el mismo dinero porque dicen que las nigerianas, por ejemplo, lo hacen más barato”, denuncia Nieto.” (20 Minutos)

En segundo lugar, **los clientes son el núcleo de las medidas sancionadoras**. En el caso de la ordenanza municipal en Madrid o de la ley en Francia las noticias apuntan a que se multará a los clientes, específicamente, aquellos que pretendan demandar prostitución en la calle y lo hagan de manera reincidente. En general, se les sitúa en una posición de víctimas, ya que según el relato periodístico son perseguidos, pillados, multados, etc.

“La Asamblea Nacional debate la ley que persigue a los clientes del sexo” (El Mundo)

“Sobre el ejercicio de la prostitución, se sancionará a los clientes que recurran a este servicio en las calles al entender que en muchas ocasiones esta actividad es controlada por mafias que explotan a las mujeres.” (El Mundo)

“Y han crucificado a los 343 intelectuales franceses alzados en armas contra la ley que penaliza a los clientes de la prostitución.” (El País)

“La nueva norma, que todavía debe validarse en el Senado, castigará a los clientes de prostitutas con multas de 1.500 euros” (El País)

“¿Pero cómo es posible que se multen a más prostitutas y se «cace» a más clientes teniendo relaciones?” (ABC)

Al margen de estos dos modos de aparición específicos, **los clientes o demandantes de prostitución son generalmente parte muda del paisaje**, nunca hablan, ni tampoco hay datos sobre su número, sus prácticas, etc. más allá de los lugares comunes.

No obstante, hemos encontrado dentro y fuera de nuestra muestra varias informaciones que ahondan algo más en esta figura. Destacamos dos piezas ambas de El País que ofrecen descripciones enfrentadas de los clientes y otra noticia de agencia publicada en ABC, Público y 20 Minutos y un reportaje sobre prostitución de origen chino en ABC. Todas las noticias van en la línea de la representación dicotómica entre prostitución voluntaria y prostitución forzada, los buenos y los malos proxenetas, **los buenos y los malos clientes**. En este caso, **la condición de demandante de prostitución está condicionada por varios ejes que se entrecruzan y que permiten valorarla y sancionarla de manera diversa**. En primer lugar interviene la **clase social**, a más clase y poder adquisitivo mayor tolerancia; en segundo lugar, el **origen étnico**, en este caso los clientes de clase baja e inmigrantes son peores que los nacionales; en tercer lugar, la **edad** que añade inconsciencia y carácter lúdico a la acción cuanto más joven sea el sujeto; y por último, la **diversidad funcional** que convierte la demanda en una necesidad y la prostitución en un servicio asistencial. Como los medios sólo abordan la prostitución heterosexual, no podemos saber cómo se plantearía la representación diferenciada de los clientes en función de su orientación sexual.

En el primer caso, se describe al **mal cliente**, al sujeto depravado, irracional, con un perfil pederasta y que acude a la prostitución por “necesidades fisiológicas”, es decir, desde un impulso irracional.

“En los pisos, las chicas nos cuentan que, cada vez más, los clientes les piden que se vistan de colegialas. Hoy es lo que se demanda: lolitas, carne fresca; cuanto más fresca mejor. (...)” “A los hombres que van al club no les importa que sean menores, eso no lo preguntan, les da igual. Ellos pagan para cubrir una necesidad fisiológica como otra cualquiera, y si ellas no llegan a los 18 años no es de su incumbencia. La mayoría de los puteros exigen jovencitas, que lo hagan sin condón y que consuman drogas”. *A Lago no le extraña que esta vez, como tantas otras, ningún cliente denunciase lo que estaba pasando en La Perla (un sórdido local paradójicamente ubicado junto al pueblo de Escravitude), y que la niña solo fuese rescatada por la policía cuando se la topó huyendo despavorida de una paliza a la entrada de Santiago.”* (El País)

Esta pieza incluye además la opinión de la responsable de un estudio sobre el Consumo de Prostitución en España realizado por la Universidad de Vigo que incluye, entre otros actores, entrevistas a clientes, que comenta que los clientes de prostitución cada vez son más jóvenes y que

parte de su trabajo es acudir a centros de Bachillerado y ESO para concienciar a los estudiantes sobre la trata. La descripción que ofrece la académica habla del cliente como un consumidor que no establece ningún tipo de relación afectiva, ni de respeto con las mujeres. Es un cliente, no tanto violento, sino poco formado, que actuaría por la presión del grupo propia de los adolescentes.

“La mayoría de los hombres ni se plantea salir con remordimientos; no ven a las prostitutas como personas, sino como objetos de consumo, una forma más de ocio que se les ofrece y compran”, expone Gómez. “Ni siquiera buscan sexo de calidad. Para ellos es como ir a McDonald’s, los burdeles son el McSexo. El 20% de los clientes entran en el perfil del misógino: de la mujer, solo les interesa la vagina. Y otro 40% son lo que clasificamos como consumistas: alguno llegó a decirnos que las prostitutas son como máquinas tragaperras”. (El País)

Y dentro de esta categoría del mal cliente, tenemos el ejemplo de aquellos que acuden a locales y pisos en Parla, principalmente varones chinos, aunque también nacionales. En esta descripción se puede observar la movilización del estereotipo racista y clasista sobre la población china como personas sucias, que afectaría tanto a las mujeres como a sus clientes:

“Otra cosa es el ambiente en el que tienen que malvivir: «Esos pisos donde se practica sexo están asquerosos. Hemos encontrado verdaderas guarradas. Las camas no tienen ni somier, sino que los colchones están sobre palés llenos de porquería. Viven hasta siete juntas. Hay servilletas por el suelo, suciedad, comida esparcida...».

No parece que los clientes sean muy exquisitos ni exigentes; sin embargo, la demanda de asiáticas en el mundo de la prostitución está en auge. Una especie de fetiche para los occidentales que se suma a la apariencia casi adolescente de algunas de estas chicas. *«Aunque no hemos encontrado menores, a veces las ofertan como si lo fueran.» (ABC)*

En el extremo opuesto está el **buen cliente**, ese sujeto que constituye el consumidor de la prostitución ejercida de manera voluntaria. Entre ellos, el primer ejemplo es el de los altos ejecutivos que demandan prostitución como parte de sus actividades en el Congreso de móviles celebrado en Barcelona. En este caso, no se cuestiona la demanda, ni la situación de las mujeres que la atienden, ya que se da por hecho que siempre es voluntaria porque según expone la noticia son europeas (es decir, no inmigrantes que son las que ocupan la categoría de las tratadas). Los clientes son ejecutivos internacionales (estadounidenses, coreanos, sudafricanos) con alto poder adquisitivo que, incluso, deben hacer cola. En el video que acompaña este texto se pueden ver imágenes de varones recibiendo estos folletos, accediendo al congreso y son de hecho casi las únicas imágenes que ilustran al cliente en nuestra muestra. En este caso, la clase anula el posible prejuicio étnico.

“Para algunos de los que vienen al congreso de móviles de Barcelona el único teléfono que realmente importa es de la agencia con la que han contratado a una acompañante profesional, o el de muchas de las invitaciones que se reparte en la puerta del recinto. Hasta 200 prostitutas acuden estos días a la ciudad exclusivamente para este acontecimiento. En los accesos al congreso se ven numerosas chicas repartiendo folletos durante todo el día, buscan a los ejecutivos, a gente con dinero a la que ofrecer masajes eróticos y servicios sexuales. Algunos asistentes afirman que las papeleras están llenas de publicidad sexual. Un ejecutivo estadounidense afirma que ni en Las Vegas había visto tanta promoción de clubes de alterne y prostitución. En los 4 días del congreso la clientela aumenta un 50%. Sudafricanos y sobre todo coreanos que pueden gastarse fácilmente 2.000 euros por noche. Eva, encargada del club Urgel comenta que los clientes buscan chicas muy guapas, cultas, con estudios e idiomas y dice que están completos y que incluso cada noche hay lista de espera para entrar en las habitaciones. Una demanda exigente que les obliga a doblar las chicas que ofrecen aquí sus servicios. Pero el efecto llamada del congreso es tan grande que han venido incluso francesas e italianas a trabajar.” (ABC)

La última figura que veremos en este apartado también pertenece al cliente bueno, en este caso, se trata también de un **varón con poder adquisitivo y con diversidad funcional**, en este caso, el cliente discapacitado no debe esconderse, ni avergonzarse porque está solicitando un servicio asistencial. Se le contextualiza a través de su lugar de residencia y de su historia personal, no hay atisbo del menosprecio que se percibía en las descripciones anteriores:

“Francesc Granja recibe en la cama pulsando un mando que abre la puerta de su casa. Vive en un luminoso piso de la Villa Olímpica de Barcelona adaptado a la tetraplejía que le causó un accidente de coche hace 20 años, cuando regresaba de una reunión. Suele desplazarse en silla de ruedas, pero hoy unas llagas lo retienen. A su lado están María Clemente, psicóloga especializada en neurorehabilitación, y Eva, asistente sexual, dos patas fundamentales de Tandem Team, la asociación sin ánimo de lucro que preside Granja, dedicada a la asistencia sexual de discapacitados mediante voluntarios.” (El País)

Incluso frente a la nocturnidad asociada a la visión estereotipada de la prostitución, esta escena transcurre en un espacio luminoso. Otra diferencia básica es que en este caso, el aspecto central que aparece mencionado en primer lugar no es el sexo, sino el riesgo del enamoramiento. En este contexto, se puede dar una relación de respeto, el cliente está necesitado no sólo desde el punto de vista fisiológico, sino afectivo, por lo que la representación de esta figura cambia radicalmente en relación con lo anterior.

“¿Hay que tener cuidado con no enamorarse? Conversan Felipe y Lau (ambos, nombres ficticios). Felipe sufre una paraplejía de tercera y cuarta vértebra. Lau es la asistente que conoció por medio de Tandem, y defiende con pasión que los encuentros deben ser sinceros, nunca una ficción sentimental:

—Tengo pareja, pero en el rato que estoy con un usuario se convierte en el hombre de mi vida.

—Es que no hay que ir con miedo —asiente Felipe— Puedes enamorarte porque estás muy necesitado, pero también de la panadera o de cualquiera que te trate bien. Aquí sabemos los dos en qué andamos.

—Pero hay que entregarse, porque es una cuestión de amor, que para mí es lo fundamental.

—En todo caso —media María— si detectamos a personas dependientes psicológicamente les aconsejamos no recurrir a un asistente porque pueden salir heridos.”

Lo que destaca de la figura del cliente como decíamos al comienzo es su ambivalencia y multiplicidad. No hay un único cliente en el relato de los medios, porque aunque actúa como sujeto necesario, el resto de sus características sociales le permitirán ocupar diversas posiciones que van desde el menosprecio y la sanción social, hasta la empatía y la comprensión, pasando por la tolerancia. Desde nuestro punto de vista, no se cuestiona el cliente como actor en abstracto, sino a los clientes específicos en función de su poder social.

c) Proxenas

La figura de los proxenas aparece fundamentalmente asociada a diversos relatos, los principales aquellos que hablan de redadas y procesos judiciales y, de manera secundaria, a la discusión sobre la tipificación legislativa del proxenetismo. Hay un titular de El País que resume bien la ambivalencia que existe sobre la figura del proxeneta en el discurso informativo: “Soy un proxeneta, no un delincuente”. Lo que nos vamos a encontrar son dos caras contrapuestas de una misma moneda, en una está el proxeneta malo, el criminal y en la otra, ¿el proxeneta bueno?, es decir, la figura del hombre de negocios que está tolerado en nuestra sociedad por la condición de alegalidad en la que se encuentra la prostitución. Veamos con detenimiento cómo se describen ambas.

Cuando los proxenetas aparecen en las noticias sobre operaciones policiales y juicios no suelen estar identificados, son pocas las noticias en las que se habla de ellos con nombres y apellidos, entre otras cosas porque son raras las ocasiones en las que una sentencia firme sobre proxenetismo es noticia⁶⁵. La excepción son los casos de dueños de club de alterne muy grandes y que han estado implicados en operaciones de relevancia e impacto social como el Caso Carioca.

Es más común publicar sólo sus nombres para indicar el sexo y la nacionalidad. Tampoco suele haber una profusión de imágenes de detenidos, sobre todo, comparadas con las imágenes de mujeres. Lo más habitual es el uso de categorizaciones genéricas que apuntan a actores colectivos siempre asociados a la criminalidad y la delincuencia, como por ejemplo: bandas, mafias, grupos criminales, clanes. Y junto a ellas la figura del chulo que parece estar en retroceso ya que sólo se menciona en 12 ocasiones (3 en El Mundo, 2 en Público y 7 en ABC). Todas estas denominaciones configuran un imaginario propio del hampa, un submundo delictivo, organizado, que actúa con normas y dinámicas propias, asociadas a dos universos de sentido: los negocios y la familia.

Una primera aproximación a esta figura es su **cuantificación como éxitos policiales**:

“La delegada del Gobierno en Madrid, Cristina Cifuentes, ha hecho hoy un balance de las operaciones realizadas por la policía contra el proxenetismo y la explotación sexual durante los dos últimos años. En total se han desarticulado 53 grupos criminales en los que se ha detenido a 184 personas y se han liberado a 169 víctimas.” (El País)

“En el primero de esos polígonos hay en marcha un dispositivo continuo formado por un grupo específico de Extranjería y de la comisaría de Usera-Villaverde. En esa zona se han realizado en el mismo periodo referido 1.249 identificaciones. En total, en la Comunidad de Madrid, desde enero de 2012, se han desarrollado 248 operaciones contra la esclavitud sexual.” (ABC)

A falta de una explicación pormenorizada en los relatos informativos de cómo operan las redes y los circuitos de tráfico y trata de personas con fines de explotación sexual, los receptores de la información tendrán que completar el relato con los lugares comunes y los imaginarios que provienen de otras fuentes como por ejemplo los relatos ficcionales (series y películas policíacas). **¿Cómo se construye la figura del proxeneta en estas noticias?** Principalmente, se equipara a la figura del malo, el actor sin escrúpulos, malvado que actúa movido por su falta de principios. Sin embargo, explicar un fenómeno de dimensiones internacionales, con formas de operar compartidas, organizado, con impacto en el PIB de los países, etc. se explica difícilmente por la existencia de personas malas o sin ética, aunque también es, sin duda, un factor a tener en cuenta.

A falta de explicaciones estructurales se entiende que esta figura de sujetos malos -capaces de explotar a los demás-, crea agrupaciones por su carácter o personalidad. Esta descripción simplificada se agudiza porque los relatos periodísticos sobre la trata se focalizan en los momentos de la explotación y en las acciones violentas y porque se escriben reiterando el mismo esquema. El patrón es casi idéntico, las informaciones hablan del modus operandi de la red y de cómo se establecían las relaciones con los prostituidores y los clientes, solo cambian los matices por el tipo de vejaciones o abusos a los que someten a las mujeres. La cuestión es si la atención en los detalles sobre la violencia es un herramienta eficaz para comprender el fenómeno, si logra generar empatía

⁶⁵ “Como se recoge en el *Manual del Español Urgente*, el agresor debe ser identificado claramente (si no con su identidad, sí en cuanto a su comportamiento). La cautela judicial de no identificación del delincuente hasta que no haya sentencia firme condenatoria no debe extenderse más allá del momento en que se produzca dicha sentencia condenatoria” (López 2006: 33). Se cuida la presunción de inocencia, sin embargo no tendría por qué ser así dado que una vez condenados podría hablarse de ellos, o podría describirseles garantizando el anonimato.

con las víctimas, si las aproxima al resto de la ciudadanía o si por el contrario las estigmatiza aún más, generado un grado mayor de exclusión, por ejemplo, si lo comparamos con un relato centra más en la fortaleza de las mujeres, en sus procesos de supervivencia o en un enfoque que aluda a la vulneración de derechos humanos o el tipo de delitos cometidos. Veamos algunos ejemplos del relato tópico:

“Agentes de la Policía Nacional han desarticulado en Málaga un grupo criminal dedicado a la trata de mujeres de nacionalidad rumana para su explotación sexual. La investigación se puso en marcha a partir de la denuncia de una víctima de los proxenetas, que era obligada a ejercer la prostitución mediante amenazas y agresiones. La joven sufrió un aborto como consecuencia de los golpes recibidos cuando intervino para tratar de evitar una agresión a otra mujer que se encontraba en su misma situación.” (ABC)

“Los proxenetas obligaban a las víctimas a ejercer la prostitución durante 24 horas y disponía de una alarma que alertaba a las chicas para que se vistieran rápido cuando había un cliente potencial, según ha informado hoy la Policía en un comunicado, en el que no precisa el número exacto de personas detenidas.” (Público)

“Cae una red de proxenetas que obligaban a sus víctimas a teñirse cuando lo exigían los clientes” (ABC)

“Tras meses de investigación, la policía ha detectado que, además de las cinco mujeres liberadas a las que la red obligaba a prostituirse, la misma organización “vendía como mercancía” mujeres de origen subsahariano a otras redes de proxenetas.” (El Mundo)

“El Grupo VI de la Brigada, especializado en delincuencia del Este de Europa, se puso manos a la obra. Comprobaron que lo denunciado era la punta del iceberg de una organización criminal que repartía golpes con bates de béisbol y amenazas de muerte a diestra y siniestra, tanto a las chicas como a sus parientes en Rumanía.” (ABC)

“Las investigaciones comenzaron a raíz de unas denuncias en la Comisaría de San Blas. A partir de ahí comenzaron las investigaciones, que se centraron en dos hombres. El primero, Liviu Nicolae G de 28 años, acumula cerca de 40 antecedentes policiales por atraco, atentados a agentes de la autoridad, agresiones sexuales, detención ilegal y prostitución entre otros. Y su presunto compinche Constantin A, de 42 años, también se encargaba de agredir físicamente y amedrentar a las víctimas que no hacían caso a las cinco mujeres arrestadas. También cuenta con un amplio historial delictivo por hechos relacionados con la prostitución y agresiones.” (El País)

Las figuras de los criminales (*“Ioan Clampanu, alias «Cabeza de Cerdo», el principal proxeneta mundial.”* ABC), sus compinches, los mafiosos, *“los proxenetas sin alma”* (El Mundo) actúan en el relato como la mayoría de las personas hemos visto a través de las películas, su descripción permite construir un imaginario organizado a través de las barreras: ellos y nosotros, los malos y los buenos, los que deberían ser expulsados del espacio público y los ciudadanos de bien. Y en este relato, está la víctima pasiva, sin capacidad de acción frente a tanta maldad y los lectores que pueden sancionar este tipo de situaciones sin verse afectado por ningún conflicto ético. A menudo se pueden encontrar noticias con un marcado tono sensacionalista, como la pieza del ABC con el título, casi cinematográfico: *“Guerra a las mafias de Madrid. Traficantes de mujeres S.A.”*. La entrada dice lo siguiente:

“Las mafias de la prostitución no cejan en su intento por seguir sacando tajada en nuestro país. Verdaderas esclavas sexuales son sometidas a diario a hacer la calle en las peores condiciones bajo los yugos de las amenazas, las palizas y deudas astronómicas. Son traficantes de mujeres que llegan a España desde tres continentes.” (ABC)

El uso de metáforas como “*El violento clan del rumano Liviu pretendía instalar en Vicálvaro un nuevo «súper» de esclavas sexuales*”, aumenta el tono dramático y emotivo, y colabora a posicionar a las mujeres como objetos, a normalizar la idea de mercancía, carne, etc. Si bien, esta noticia incluye un aspecto positivo: la única infografía sobre las redes de trata con fines de explotación sexual que aparece en la muestra analizada y que permite visualizar la dimensión internacional que, muchas veces, se pierde en las crónicas centradas en los detalles de las operaciones particulares.

Ilustración 3: Las rutas de las mafias de la prostitución



Fuente: ABC

Reiteramos que es fundamental dar cuenta de todas estas acciones criminales, denunciar y prevenir la explotación y la violencia a la que son sometidas las mujeres, no obstante, quizá sea importante además ofrecer una mayor complejidad sobre las redes criminales, para que no sea posible aplicar los estereotipos con facilidad, para comprender los contextos y ayudar a identificar qué algunas de las cosas que suceden no tienen que ver con las personalidades malvadas sino con cuestiones económicas, políticas y con universos socioculturales, como lo que algunos autores identifican como la cultura de la pobreza o las subculturas delictivas. Esta complejidad se vislumbra cuando las figuras de los y las proxenetas toman forma. En primer lugar, cuando no se puede asumir que los proxenetas son solo varones, y en la información aparecen figuras femeninas como la “mami”.

“Las otras cinco personas detenidas son mujeres del clan que, aunque se prostituían, ejercían de «mamis» o cancerberas de las que realmente estaban sometidas. Estas encartadas se encuentran en libertad con cargos.”(ABC)

En segundo lugar, porque aparecen figuras familiares, padres, amigos o parejas que actúan como proxenetas.

“Detenida una colombiana por vender la virginidad de doce de sus hijas” (ABC)

“Detenidos los padres de una menor por permitir que se prostituyera” (El Mundo)

Sería preciso elaborar marcos de sentido desde los que poder interpretar estos fenómenos, más allá de la sanción moral y, por supuesto, de su descripción morbosa. Habría que reflexionar sobre la manera de incorporar explicaciones estructurales y contextuales que ya utilizamos en los casos identificados como violencia de género y que rehúyen una psicologización

simplista de víctima y agresor, es decir, cómo destacar los factores que ayuden a entender lo que a priori nos puede parecer extraño. Desde nuestro punto de vista, parece más que evidente que muchos lectores al leer estas informaciones se pregunten: ¿cómo pueden lograr engañar a miles de mujeres en el mundo? Y una respuesta consistente con los imaginarios y estereotipos hegemónico sería pensar que las otras, esas que vienen de otros lugares, son más pobres y menos blancas, están menos formadas, tienen menos fortaleza psicológica y en último término son más tontas (o en la versión más cínica, se diría algo como: en realidad sabían a lo que venían y ahora se quejan).

c.2) ¿Proxenetes buenos?

La cara opuesta al proxeneta malo expuesto en el apartado anterior es la figura del proxeneta como hombre de negocios, el dueño de un club de alterne que puede ser una persona honrada, que se mantiene dentro de los límites de la ley y se adapta al marco alegal de la prostitución en España y que, incluso, puede luchar contra la trata. Estamos en este caso, no sólo ante una figura del relato, sino ante una fuente legítima, autorizada y organizada en una asociación (ANELA).

Esta legitimación de la figura del proxeneta bueno se ha visto reforzada en el mes de Junio de este año a través del debate sobre la contabilización en el PIB de la prostitución. En las noticias aparecidas sobre este asunto, los Inspectores de Hacienda afirmaban haber recabado datos sobre este “negocio” a través de la asociación de clubes de alterne”. De nuevo, se realiza una desconexión entre los proxenetas de la trata y los que controlarían los negocios en los que se ejerce de modo voluntario. El País hace una crónica de los primeros contactos entre el Instituto Nacional de Estadística –representante del Estado- y los proxenetas, el relato normaliza una indagación sobre las cifras de la prostitución que resulta sorprendente, sobre manera, si tenemos en mente las acciones violentas que se han descrito en el apartado anterior.

“A finales del año pasado, José Roca, representante de Anela, la asociación de los clubes de alterne, recibió una llamada a su oficina de Valencia. Le llamaban desde el INE. Querían saber si había datos de facturación, coste y otras cifras sobre el sector. Al principio Roca pensó que era una broma. Pero al recibir un correo electrónico con el dominio del INE se percató de que iba en serio. Poco después recibió un cuestionario del INE con algunas preguntas: “¿Cuánto cobraba una prostituta por servicio medio en 2002/2007/2012? ¿Cuál es número medio de servicios por prostituta al día en 2002/2007/2012? ¿Cuál la facturación media en 2012 de un club normal/pequeño (menos de 50 prostitutas) por alquilar habitaciones?”. Roca contestó lo que pudo. “50/70/40”, a la primera pregunta. “6/8/4”, a la siguiente. Y “50 euros día/prostituta por número de prostitutas”, a la cuestión sobre la facturación media de 2012.

*“Es imposible calcularlo”, explica Roca. “Cualquier cifra que podamos dar es aleatoria y subjetiva. **No hay censo de clubes, ni de prostitutas, ni costes medios, ni de servicios**”, apunta este representante de la asociación de los clubes de alterne. “Es mejor que se inventen la cifra”, concluye. No existen cifras fiables sobre el número de prostitutas que hay en España.” (El País)*

Sin entrar en las cifras sobre qué porcentaje de mujeres estarían ejerciendo la prostitución de modo voluntario o forzado, nos parece importante señalar la dificultad que existe desde el punto de vista de los receptores de la información para construir un marco de sentido que no resulte contradictorio al ligar ambos puntos de vista sobre la figura de los proxenetas. De nuevo, no podemos analizar esta figura sin mencionar en qué lugar queda la figura de las mujeres. Si en el anterior apartado eran víctimas, aquí son sujetos que pueden censarse, contabilizarse junto a los costes medios, los servicios, los clubes, etc. Las mujeres ligadas a los proxenetas buenos tampoco en el relato reciben un espacio como sujetos activos y, por supuesto, tampoco son fuentes. Desde nuestro punto de vista, es una práctica injusta el hecho de que al informar sobre la inclusión de la prostitución en el PIB, hablen los Inspectores de Hacienda, los técnicos del Ministerio de Hacienda (Gestha), expertos en materia tributaria, los dueños de los clubs de alterne y no lo hagan las mujeres.

Partiendo de esta doble faz, vamos a observar cómo los medios han presentado el debate sobre la figura del proxeneta, a través de las noticias sobre la modificación del código penal. ¿Quién de estos dos personajes queda reflejado y legislado en los artículos del código penal sobre proxenetismo?

El Ministerio de Justicia ha propuesto una modificación del código penal que afecta al artículo 188. La redacción actual y la propuesta están recogidas en el reportaje de El País:

- *Artículo 188.1 del Código Penal vigente. El que determine, empleando violencia, intimidación o engaño, o abusando de una situación de superioridad o de necesidad o vulnerabilidad de la víctima, a persona mayor de edad a ejercer la prostitución o a mantenerse en ella será castigado con las penas de prisión de dos a cuatro años y multa de 12 a 24 meses. En la misma pena incurrirá el que se lucre explotando la prostitución de otra persona, aun con el consentimiento de la misma.*
- *La reforma penal que propone el Gobierno del PP (artículo 187.1 del proyecto de Código Penal). En la misma pena [de dos a cuatro años de prisión y multa de 12 a 24 meses] incurrirá el que se lucre de la prostitución ejercida por una persona aun con el consentimiento de la misma cuando: a) se encuentre en una situación de dependencia personal y económica que no le deje otra alternativa, real o aceptable, que el ejercicio de la prostitución, o, b) se impongan para su ejercicio condiciones gravosas, o desproporcionadas o abusivas.*

Este periódico titula dando voz, como hemos visto, a los proxenetas, que se defienden diciendo que no son delincuentes, en el subtítulo recuerdan que la prostitución no forzada está permitida en España (la reforma penal, igual que la normativa actual, permite lucrarse con la prostitución si no es forzada), pero también se reconoce que sobre este hecho existen diversas perspectivas (se plantea el debate de si la explotación del sexo debe prohibirse o regularse).

Si El País se muestra proclive, al menos en el titular, al mantenimiento del status quo, Público apuesta por una orientación opuesta y se posiciona contrario a la modificación de la ley (*El Gobierno elimina la explotación sexual del articulado del nuevo Código Penal*) y advierte contra la normalización del proxenetismo empleando para ello la cita literal de un jurista (*“El Gobierno va a permitir que los proxenetas campen a sus anchas”*). La preocupación que destaca Público es que la reforma dificulte los juicios contra la explotación sexual (*Expertos juristas advierten de que la modificación del Código Penal que prepara Gallardón impedirá que se juzguen casos de explotación sexual*).

El resto de medios no son tan directos a la hora de mostrar su línea editorial y no asumen de modo directo las opiniones, sino que se las atribuyen a las fuentes. En el caso de 20 Minutos y El Mundo el debate sobre la reforma se articula como una batalla política entre el PSOE y el Ministerio (*El PSOE denuncia que el anteproyecto de Código Penal del Ejecutivo legaliza la prostitución* (20 Minutos); *El PSOE acusa a Gallardón de 'legalizar el proxenetismo' en el nuevo Código Penal* (El Mundo)). Mientras que el ABC opta por titular a través de la réplica del Ministro ante las críticas de la oposición: *Justicia asegura que el nuevo Código Penal ayudará a perseguir el proxenetismo*.

Aunque como se observa en algunas piezas el debate tiene mayor repercusión y alcance, son varios los medios que, en consonancia con los criterios clásicos del periodismo, focalizan sobre las batallas de tipo político y señalan que en la base del conflicto está una modificación del código que permitía favorecer la prostitución en el trancado proyecto Eurovegas, recogiendo las declaraciones del PSOE. Las noticias contraponen las críticas de PSOE y la defensa del Ejecutivo. Las fuentes principales, son la diputada del PSOE, Ángeles Álvarez, el Ministro de Justicia, Alberto Ruiz Gallardón y sin especificar fuentes de Justicia.

Como apuntamos antes, en este debate Público se posiciona claramente contrario a la reforma y para ello se hace eco no sólo de las críticas del PSOE, sino que en la pieza que desarrolla esta cuestión se recogen los testimonios de expertas como la abogada Ángela Alemany, expresidenta de la Asociación de Mujeres Juristas Themis, la portavoz de Plataforma Estatal de Organizaciones de Mujeres por la Abolición de la Prostitución, Rosario Carracedo y Beatriz Monasterio, presidenta de la Asociación Libre de Abogados de Madrid (ALA). Todas ellas voces contrarias a la reforma, porque consideran que todo lo que despenaliza se acerca a la legalización de una actividad vinculada a la explotación.

La lectura de esta información puede dar la sensación de que el medio ha consultado a diversas fuentes y todas ellas coinciden en su opinión; sin embargo, esta contrastación de fuentes no es fruto de un trabajo periodístico, sino que se trata de voces ya filtradas previamente puesto que todas ellas participaron en el acto organizado por el PSOE que pretendía cuestionar la reforma del Ejecutivo.

“El grupo socialista se reunió ayer con varias de estas expertas para analizar las consecuencias de la reforma del Código Penal en materia de proxenetismo. Representantes de Themis, el Colegio de Abogados de Madrid, la Comisión para la Investigación de Malos Tratos a Mujeres, el Sindicato de Secretarios Judiciales, la Unión Progresista de Secretarios Judiciales, asociaciones de abogados de Madrid, la Fundación Mujeres, Enclave Feminista y la Asociación para la reinserción de la mujer prostituida (APRAMP).” (Público)

Es importante señalar la diferencia entre una búsqueda de fuentes plurales, que recoja las diversas perspectivas de un debate y la utilización de fuentes que están enmarcadas en un acto de comunicación institucional organizado por una fuente interesada para reforzar su posición en el discurso público.

El País publica el **reportaje más extenso y completo sobre este debate particular en torno al proxenetismo**, partiendo de la idea de que aquellos que actúan como proxenetas a priori no están cometiendo una ilegalidad y, por tanto, no son delincuentes (*Son muchos los que, directa o indirectamente, se lucran en España con esa actividad sin que estén cometiendo una ilegalidad.*). Se admite la prostitución como negocio y como trabajo, para después plantear la pregunta: *“¿Debería prohibirse cualquier tipo de proxenetismo y no solo el coactivo o violento?”* Para ayudar al lector a contestar se revisa la ley, sus interpretaciones literales y aquellas que se encuentran en la jurisprudencia. La pieza persigue explicar cómo es posible que si bien una lectura literal del código penal prohíba el negocio de la prostitución, este tenga la entidad que ostenta actualmente en nuestro país.

Se relata la tramitación parlamentaria por la que se introdujo el veto a los proxenetas, siguiendo las directrices del Convenio Internacional para la represión de la trata de las personas y de la explotación de la prostitución ajena, impulsado por Convergencia I Unió. Y se repasa la historia del delito en el ordenamiento jurídico español, recordando por una parte la tolerancia que ha tenido siempre este fenómeno y en segundo lugar, la diferenciación entre proxenetismo y prostitución forzada. El objetivo de las sucesivas reformas, tal y como se expone en el artículo, ha sido intentar prohibir todo tipo de prostitución que no se ejerciera de manera autónoma y voluntaria, sin la intervención de terceros. Pero a la vista de las interpretaciones de los jueces, ilustradas con las sentencias del Tribunal Supremo y los comentarios de un profesor de Derecho Penal de la Universidad Autónoma de Madrid, la conclusión ha sido que si la prostitución se ejerce en unas condiciones más o menos autónomas y sin coacción no es un delito.

La pieza, como el resto, recoge la polémica actual entre PP y PSOE por la reforma y los argumentos de ambos, sobre la concreción del delito o la desaparición del término explotar del articulado. Y añade nuevas voces al debate, entre ellas, la Asociación Nacional de Empresarios de Locales de Alterne (ANELA) que incorpora al debate una nueva cuestión: ¿Quiénes son los que se lucran con la prostitución? ¿Dónde se pone el límite? ¿Los periódicos que publican anuncios se lucran? ¿Son

por ello proxenetas? Como es lógico, esta fuente apuesta por legalizar la prostitución y obligar a ejercerla en locales.

Hay una buena práctica periodística destacable en esta pieza, y es que los comentarios de ANELA no quedan sin contestación, sino que se contrastan con otras fuentes y se recuerda que estadísticas oficiales y sentencias recuerdan que muchos casos de prostitución forzada tienen lugar en los locales. “El 73% de las personas en situación de riesgo de sufrir trata, no necesariamente víctimas de ese delito, fueron detectadas en clubes de alterne”, según el último informe de seguimiento del Plan Integral de Lucha contra la Trata con fines de Explotación Sexual, el relativo a 2012.).

Se resumen el debate: ¿regulación o abolición de la prostitución y el proxenetismo? Y se apuntan y describen perspectivas a favor y en contra, aunque tan sólo se identifica una voz para cada perspectiva. A favor de la regulación: “el Grupo de Estudios de Política Criminal, un colectivo de unos 200 penalistas progresistas —entre los que están la vicepresidenta del Tribunal Constitucional, Adela Asua, o los magistrados de la Audiencia Nacional Ramón Sáez y José Ricardo de Prada—”, que abogan por equiparar la prostitución a un trabajo y tipificar sólo el delito de la prostitución forzada. En contra, “el PSOE, con una postura más cercana al abolicionismo y que considera el proxenetismo una variedad más de violencia de género.”

Aunque la presentación del conflicto sigue estando articulada en torno a dos perspectivas contrapuestas, lo cierto es que piezas como esta que ofrecen datos, contextualizan y efectúan una aproximación histórica al debate favorecen el avance de las controversias o, al menos, la clarificación de los puntos conflictivos. En este sentido, este reportaje como escribimos al comienzo del apartado resume bien la representación de los proxenetas en el discurso informativo —que no es otra que la de la figura tal y como se practica y valora en el entorno social. Una disyuntiva que sirve también para titular un artículo de opinión en El Mundo: “Proxeneta bueno, proxeneta malo”.

5.5.3. Perspectivas

Si bien podemos identificar perspectivas y marcos de interpretación en cualquier tipo de noticia (operaciones policiales, contextualización de situaciones de riesgo, clientes famosos, modificaciones legislativas, etc.), creemos se explicitan en mayor medida a través de los **artículos de opinión**, por lo que estos serán el material de análisis en este apartado.

Como se señaló en el capítulo introductorio de esta investigación, el debate sobre la prostitución en España está polarizado, resulta bastante simplista y se organiza en torno a posturas enfrentadas habitualmente de manera dicotómica: abolicionista versus pro-regulador. Esto explica el diálogo entre los principales impulsores del debate (organizaciones civiles e instituciones públicas), así como su trasposición mediática.

En los periódicos analizados comprobamos cómo la línea editorial que se defiende a través de las noticias, no siempre corresponde con las perspectivas postuladas a través de los artículos.

Por otra parte, desde nuestro punto de vista, salvo excepciones, **los artículos de opinión publicados adolecen de una argumentación clara, rigurosa y bien elaborada**. En bastantes ocasiones cuesta saber cuál es el tema y seguir el hilo de la argumentación y en muchas más lo que se ofrece son ideas manidas, estereotipos, lugares comunes y puntos de vista anecdóticos y personalistas. No se hace ningún esfuerzo por construir la perspectiva propia tomando en consideración los datos que existen sobre el asunto y su complejidad, ni se intenta incluir de alguna forma las perspectivas de las distintas partes implicadas en el fenómeno a la hora de elaborar los propios argumentos.

De los medios analizados 20 Minutos y ABC apenas dedican espacio a la opinión sobre este asunto, por el contrario el resto publican un número significativo de piezas. Público es el medio que se

posiciona mayoritariamente a favor de la abolición; sin embargo, también es el que proporciona una mayor información sobre el debate (sobre su inexistencia o estancamiento en posiciones irreconciliables) a través de reportajes en profundidad y bien argumentados. Intenta recoger la voz de casi todos los actores y sus perspectivas particulares, incluso las que defienden la prostitución voluntaria. En este medio, se puede leer a Lydia Falcón, un exponente de la lucha abolicionista y al Colectivo Hetaira, una de las organizaciones más activas a favor de la legalización.

Mientras que en sus informaciones El Mundo, desde una posición liberal, critica la aprobación de leyes que prevén multar a los clientes, en su sección de opinión incluye artículos que sancionan duramente a los demandantes de prostitución. No obstante, lo que más destaca de este medio es que en él proliferan los artículos menos argumentados y con mayor carga moral y estigmatización hacia la prostitución. El País comparte con El Mundo una posición en la que se privilegian los artículos que defienden la libertad individual, sobre todo, desde el punto de vista de los clientes y combaten el intento por parte de las administraciones públicas de intervenir en un espacio que consideran privado. No obstante, en El País, como en el resto de medios, se encuentran artículos de opinión que alertan sobre el fenómeno de la trata y procuran sensibilizar a los lectores, desde posiciones más o menos feministas.

En primer lugar, queremos destacar un grupo de artículos cuyo argumento central es **la condena a la trata con fines de explotación sexual**. Entre ellos, priman las piezas que despliegan una sanción moral en términos extremos, focalizada sobre la figura del malvado proxeneta.

Se condena la acción malévola de los criminales o cómplices de las redes (como el caso de una monja que colaboraba con una red de prostitución), reforzando los estereotipos clásicos: mujeres indefensas víctimas de los demonios, prostitutas que habitan el mundo sucio y criminal, las buenas y las malas mujeres.

“Son enemigos que no merecen compasión. Hay que encerrarlos sin el menor remordimiento y sin pensar que entre nuestras obligaciones está la de intentar reinsertar al demonio”. (Demonios. El Mundo)

“No sé qué ofende más al ingenuo lector de la noticia, si el trato comercial y amigable que tenía Paquita con las putas y la entera red criminal, o su adicción a la cocaína y al cannabis (...) “Sus parábolas, el sexo, y las pasiones más arcaicas y animales del ser humano. Y todo, una vez más, en torno al paraíso; al paraíso que promete la religión con sus redenciones imposibles, al paraíso del sexo y sus sucios placeres y a los paraísos artificiales, que hacen recordar a la bestia que en algún momento del tiempo todo fue divino”. (Monjas y Putas. El Mundo)

Un ejemplo más de esta postura, que de modo presupuesto, se muestra **contraria a la regulación de la prostitución como ejercicio voluntario –ya que la sanciona moralmente-, pero no es abolicionista, sino partidaria del status quo**. Crítica la posibilidad de reglamentar la prostitución voluntaria, pero naturaliza su existencia (para las malas mujeres). El artículo aborda la contabilización de la prostitución en el PIB, para defender que es un **contrasentido que no se contabilice el trabajo de cuidados en el hogar y sí la prostitución y el tráfico de drogas**, utilizando la contraposición madres-putas (buenas y malas mujeres).

“Hay putas maternas y acogedoras, coimas bondadosas que nos ha presentado el cine y que forman parte de nuestra educación sentimental. Pero, ¿y las madres? Montoro no va a contabilizar el trabajo de las madres en el PIB, una injusticia. Su trabajo es más benéfico y desinteresado. (...) Las chicas y el juego son un vicio inocente. Las drogas, un negocio sucio. Las putas sí y las madres no”.

En todo caso, el tono irónico del artículo vislumbra una posición machista que no se toma en serio el valor del trabajo de cuidado que llevan a cabo las mujeres y promueve, al mismo tiempo, una visión romántica y la estigmatización de la prostitución a través del empleo de estereotipos. La

perspectiva es siempre masculina y, de nuevo, tiene más que ver con la crítica política (a un ministro y a unas medidas) que ideológica en torno a la prostitución.

Sin embargo, el artículo plantea alguna cuestión interesante ya que conecta el problema del PIB con la trata con fines de explotación sexual y apunta a un hecho preocupante: *“la idea de que cuando la política económica enloquece de tal forma **que es capaz de separarse tanto de lo que tiene que ver con el bienestar de las personas**, es que realmente hemos tocado fondo, pero no en la economía sino en todo lo demás”* (El Mundo).

Artículos como el que acabamos de citar muestran cómo puede existir una preocupación por la explotación sexual de las mujeres y, al mismo tiempo, mantener una visión prejuiciosa de la prostitución, como una realidad sin conflicto.

En otro bloque se incluyen **artículos que contribuyen a la controversia pública** puesto que huyen de los tonos exagerados y sensacionalistas, al menos en parte, y procuran explicitar su posición, ofreciendo argumentos y aclarando que se trata de una opinión personal. De esta categoría participan tanto posturas abolicionistas como legalizadoras que se desarrollan a raíz de los debates sobre la normativa jurídica (sanción a los clientes o demandantes de prostitución y concepción sobre el delito de proxenetismo), además de las condenas compartidas a la explotación sexual. Muchos de los artículos **argumentan sobre los beneficios o los perjuicios que generan las medidas legislativas adoptadas**, bien porque son insuficientes o ineficaces, bien porque deberían endurecerse o tener en cuenta aspectos que, según los autores, se están ignorando.

Empecemos con un breve resumen de los argumentos e ideas que se desarrollan en estos artículos desde la **perspectiva abolicionista**: la prostitución es un modo de esclavitud y puede abolirse; hay que desincentivar la demanda y no normalizar la prostitución y, por último, quien se lucra con la prostitución ajena debe recibir reprobación social y sanción penal.

“En relación con el tema prostitución, comparto los argumentos de las posiciones abolicionistas, es decir, no creo que la prostitución sea una realidad inevitable con la que tengamos que convivir, no creo que la prostitución sea un oficio, y no creo que haya que crear y regular un mercado para satisfacer las demandas sexuales, habitualmente masculinas”. (Proxeneta bueno, proxeneta malo. El Mundo).

“¿No se acabó aboliendo la esclavitud, ese sólido pilar de las sociedades clásicas y modernas? (...) La «nueva esclavitud» es otro subsector de peso en nuestro PIB. Ya me dirán que puede enfrentar a eso el progreso moral”. (El Viejo oficio. El Mundo).

Desde una posición menos “militante” se escriben otros artículos en la línea abolicionista que no sólo hablan de la lacra de la trata, sino **que apuntan a las lagunas existentes en el debate**, por ejemplo, la escasa reflexión acerca de los clientes. En este artículo se critica su invisibilización y por ende, la falta de responsabilidad de los mismos- y se apela a la necesidad de desincentivar la demanda con la educación formal y también responsabilizando a los medios de comunicación:

“¿Quién habla de los consumidores del sexo?” “Nos sonrojamos. Éste es un tema molesto, pues desgraciadamente puede afectar a cualquiera de nuestros amigos y conocidos, y tendemos a no querer enterarnos o incluso a disculparlo. La falta de información a este respecto es alarmante. No sabemos cuál es el volumen real de la demanda de prostitución en nuestro país, cuál es el perfil de los “usuarios”, en qué franjas de edad y nivel económico y social se mueven... (...) “Para evitar que nuestras hijas ejerzan la prostitución, es necesario que nuestros hijos no estén dispuestos a pagar por el sexo”. (¿De quién hablamos cuando hablamos de prostitución?, Público)

La perspectiva de **defensa de la prostitución como una profesión y su ejercicio como actividad voluntaria que debe ser regulada en el marco de los derechos laborales**, aparece en varios artículos, sobre todo, en El País y Público, también en algún caso en El Mundo. Esta perspectiva se

argumenta desde tres puntos de vista: apelando a los derechos y la defensa de las mujeres; criticando la ineficacia de las medidas sancionadoras que generan más desigualdad e inseguridad para las mujeres y aludiendo a los derechos de libertad individual y no injerencia del Estado en el orden sociosexual.

Voces masculinas, privilegiadas en la sección de opinión, recogen algunos argumentos en pro de la legalización y los ponen en boca de trabajadoras sexuales, para ellas esta opción sería la mejor porque legitima su decisión de alquilar su cuerpo y ganar más dinero que con otros oficios. En este artículo se menciona la experiencia personal de quien conoce a las prostitutas (no como esos puritanos, se infiere), pero se marca el hecho de que no se recibe de ellas placer sexual, sino información. Es paradójico que, en tres de los artículos que defienden la regularización, se marque de manera clara que sus autores no mantienen relaciones sexuales con prostitutas, como si no quisieran quedar marcados por el estigma que ellos mismos niegan.

“Se habla mucho (y más cuando se quiere prohibir) de una muy dura expresión: la prostitución es «tráfico de carne humana». Pero ¿estamos realmente seguros de que la prostitución es siempre eso? Yo he salido muchos años de noche, y he hablado con «trabajadoras del sexo» como gustan ser llamadas muchas hetairas en la legalidad. Las que yo conocí (aparte algunos secretos sabrosos sobre políticos notables) siempre me dijeron que hacían esa labor -alquilar, no vender su cuerpo- porque querían y porque ganaban mucho más que como asistentes o camareras” (El Mundo).

Otro elemento del imaginario estereotipado que se despliega para defender la regulación es el **argumento de que la prostitución cumple una función social**. Esta idea va desde la capacidad de las prostitutas para cubrir las necesidades de los varones dependientes, desafortunados en el amor o con algún tipo de estigma, hasta la función de higiene social y de prevención de la violencia sexual.

“En otros países europeos la prostitución especializada en personas con discapacidades físicas o psíquicas está financiada con fondos públicos o vinculada a programas de la seguridad social. Y no son pocos los estudios científicos que sugieren una relación directa entre prohibición de la prostitución y aumento de la violencia sexual”. (Público. ¡No toques a mi puta!).

“Abordemos el tema de la prostitución con algo de perspectiva histórica. Incluso una sociedad tan religiosa como la medieval, donde la salvación era el objetivo supremo, toleró el comercio sexual para evitar males mayores como el adulterio y la violación”. (De sexo, burdeles y prostitutas. El País).

Por último, queremos destacar la presencia de algunos artículos que señalan la **dificultad de adoptar una posición** y apuestan quizá por una postura algo más prudente que, antes de fijar una perspectiva definida, observe la realidad que nos rodea y trate de tener empatía y vincularse con las mujeres que la protagonizan.

“Hay una manera fácil para tener una opinión al respecto. Basta con ir a la calle de la Montera en Madrid (en cada sitio hay lugares así), y ver a las señoras que esperan que algún intelectual francés se les acerque para comprarles algún desahogo. No hace falta interrogarlas, ni preguntar por sus condiciones de vida o si les excita cada tipo que se les acerca. Está todo en su cara. No sé qué pensar sobre la prostitución. Pero en Montera las putas no se divierten. Está en su cara”. (Montera. El País)

Y también la de aquellos que, pese a defender una postura –en este caso a favor de la regulación de la prostitución voluntaria- **no desestiman la necesidad de un debate sobre ello en la esfera pública**, esperamos que abierto a todas las posiciones y no sólo la propia.

“Para solucionar los problemas y la prostitución es uno de ellos, de nada sirve acorralarse en posiciones morales que defienden la verdad única. No hay conocimiento sin debate y por tanto lo

importante sería iniciar sin subterfugios morales ese debate social que tanta falta nos hace desde hace mil años, en lugar de abominar y condenar lo que no compartimos.” (La prostitución en un debate televisivo. El Mundo)

5.6. Estudio de caso: Ayuntamiento de Madrid y medios de comunicación

En este apartado veremos algún ejemplo de cómo participa el Ayuntamiento de Madrid en los discursos mediáticos sobre prostitución y trata, cómo se configura como actor y de qué manera los medios dan cuenta de las perspectivas que sostiene el gobierno municipal.

5.6.1. Campaña de sensibilización del Ayuntamiento de Madrid

La mayoría de los medios de la muestra recogen la campaña de sensibilización del Ayuntamiento de Madrid sobre la explotación sexual, destinada a desincentivar la demanda por parte de los varones. Para ello, todos los medios utilizan el marco de la Explotación Sexual y mencionan este fenómeno como tal en sus informaciones, pero ¿cómo se presenta el contenido de la campaña? ¿Se valora el mensaje lanzado por el Ayuntamiento? ¿Se cuestiona o se apoya?

La pieza más completa, con más datos y contextualización es la de la Agencia EFE publicada por 20 Minutos. El resto de medios recogen información similar pero con muchos menos datos y desarrollo, firmada en El País y El Mundo y de la Agencia Servimedia en ABC, Público no realiza una noticia específica sobre ello. No hay ningún tipo de dato, ni testimonio que amplíe los datos y declaraciones ofrecidos por el Ayuntamiento, ni en las noticias sobre la presentación de la campaña, ni en informaciones posteriores. Siguiendo el patrón de toda la muestra, no hay una elaboración de los temas y son deudores de las fuentes oficiales que toman la iniciativa mediante comunicados y ruedas de prensa. No se incluyen opiniones de receptores de la campaña, ni de organizaciones.

Es destacable que ABC y El Mundo titulan destacando el hecho de que se vaya a repartir folletos en los estudios de fútbol, como si fuese una acción insólita. El Mundo subtítulo: “*Los folletos se repartirán incluso en los estadios de fútbol de la ciudad*”; el empleo de “incluso” se comprende porque este medio presenta la campaña como una “cruzada” del Ayuntamiento de Madrid, apostando por un tono menos distanciado, por ejemplo, en el empleo de verbos declarativos como “sentenció”, al referirse a la portavoz de la campaña, en lugar de uno más aséptico como: “declaró” o “afirmó.” (“Hay comportamientos que no se pueden producir en la vía pública”, ha sentenciado la concejala.). Además se recoge entrecorrida una afirmación de la Directora General de Igualdad de Oportunidades que dice que los hombres “son los mal llamados clientes”, pero no se explica el porqué, ni se ofrece una alternativa de cómo podrían mencionarse. Por último, El Mundo también es el único en referirse a la prostitución masculina, como uno de los colectivos que atiende el Plan del Ayuntamiento, aunque este punto no se subraya en la campaña objeto de presentación. Nos parece que en este caso la idea es resaltar los aspectos más llamativos, aunque no sean centrales.

La idea de **cruzada** responde a una lectura política que hace este medio y que también menciona El País, al relacionar la campaña con el borrador de Ordenanza Municipal que incluye multas a clientes. Si bien, mientras que El Mundo lo califica como una ordenanza polémica, El País la compara con las propuestas del Ministerio del Interior sobre las carreteras que si prevén multas para las mujeres, mientras que en Madrid solo se multaría al cliente. Este periódico establece distancia con el discurso del Ayuntamiento al recordar, durante toda la noticia entre paréntesis, que está gobernado por el Partido Popular, lo que anima al lector a activar el filtro de la línea editorial del medio.

En general, **los medios no aprovechan el lanzamiento de la campaña para reflexionar sobre la propuesta de ordenanza**, ni para aportar datos sobre la trata con fines de explotación sexual, tan

solo se adopta un estilo objetivo que recoge de modo literal las declaraciones de las portavoces institucionales. Desgranando, sobre todo, datos sobre presupuestos, materiales producidos, etc. y aludiendo a la existencia de un II Plan Contra la Explotación Sexual.

Desde el punto de vista narrativo, El País opta por presentar de modo dialógico la campaña, dando vida al personaje de los carteles y al propio Ayuntamiento: (*"Tengo sexo con las mujeres aunque ellas no quieran", parece retar un joven con aspecto de rebelde sin causa. "¿De verdad no lo sabías? Ahora ya lo sabes"*, le responde el Ayuntamiento (PP) en los carteles que colocará por toda la ciudad en marquesinas y demás soportes publicitarios en los próximos días). Creemos que es una estrategia que ayuda a involucrar al lector y acercarle a los contenidos que se están exponiendo.

Para el periodismo es importante captar la atención de los lectores, interesarles por el contenido de las noticias, puede hacerse como hemos visto en El Mundo aplicando un estilo más emotivo y orientado ideológicamente, pero también puede construirse un discurso valorativo desde una posición y un estilo más neutro. Frente a la parte más aséptica de las noticias (*"Para el desarrollo de esta campaña se han editado carteles, dípticos-colgadores, trípticos y marca páginas y, en lo relativo al uso de los circuitos de mobiliario urbano, se difundirá en columnas, 'muppis' y 'oppis', 'muppis-noche' y 'E-Muppis' electrónicos en bares y discotecas. Se insertará en marquesinas, autobuses de la EMT, carteles y dípticos."* 20 Minutos), en las piezas de agencia algo más elaboradas se incluyen argumentos que ayudan a la interpretación de esta campaña, más allá de una mera acción de marketing. En ellas, pese a mantener un lenguaje objetivo que recoge entrecomillada la posición del Ayuntamiento, observamos que no se cuestionan, ni se toma distancia frente a los argumentos presentados –como si sucede en la noticia de El Mundo, por ejemplo. En cierta forma, el modo de presentación de la información estaría dando por buenas las razones para lanzar la campaña y el contenido de la misma y facilitando que los lectores valoren la trata con fines de explotación sexual como un asunto que les concierne. También en la pieza audiovisual que acompaña la noticia recogida por Telemadrid se asume como predominante la perspectiva del Ayuntamiento, en las palabras de la Delegada del Área de Gobierno de Familia, Servicios Sociales y Participación, que insisten en la responsabilidad de los clientes. Se alude al estudio sobre la actitud de los jóvenes ante la prostitución que alertan sobre la normalización como forma de ocio. Desde el punto de vista visual, se utilizan los cronotopos habituales como la carretera y el coche, que se analizarán en el apartado sobre patrones visuales.

Para ello, se esgrime la idea de que los jóvenes han normalizado la prostitución y se han convertido en potenciales demandantes, según un estudio encargado por el Ayuntamiento. Por otro lado, no sólo se argumenta a partir de este hecho confirmado por la investigación, sino que se alude a sentimientos morales, por ejemplo, a la necesidad de acabar con la indiferencia, de no permitir "justificar lo injustificable" (*El lema de la campaña, insisten sus responsables, busca acabar con las excusas para «justificar lo injustificable» y alegar «ignorancia, el "yo no lo sabía"».ABC*); de no participar de un "negocio lucrativo" a través de la explotación de otros seres humanos.

En este caso, vemos la misma información con matices diversos, por ejemplo, el diálogo que en El País tenía al Ayuntamiento como interlocutor, se transforma en una conclusión de sentido común compartida por todos, apropiándose del mensaje de la campaña, en el ABC: *"La conclusión lógica es denunciar que cuando uno es cliente de prostitución, también se es cómplice de la explotación: «Ahora ya lo sabes»."*

5.6.2. Nueva ordenanza municipal: ¿cabe debate?

El 8 de Octubre de 2013, el Ayuntamiento de Madrid presentó el borrador de la nueva ordenanza de convivencia. Se trata de una norma que regula múltiples comportamientos en el espacio público. Es un compendio de normas que aún y sustituye una regulación de 1948 y que incorpora dos

ámbitos novedosos: la sanción a la mendicidad, a la demanda de prostitución y al proxenetismo en la vía pública.

Analizaremos algunos rasgos interesantes de cómo se explicó el borrador en los medios de comunicación.

En primer lugar, algunos medios aluden a esos ámbitos novedosos y los presentan unificados en una sola noticia (*“Madrid multará hasta con 750 euros a mendigos y clientes de prostitutas”*, El País. *“El Ayuntamiento de Madrid prevé multar a clientes de prostitutas, a los mendigos y las acampadas”*, 20 Minutos). ABC titula: *“Multas de hasta 3000 euros para los clientes de prostitutas en la capital”*, aunque la información recoge todos los aspectos de la ordenanza, con ladillos como *“Ojo con las macetas”*. Por su parte, Público utiliza un teletipo de agencia para presentar el asunto de modo separado tanto en el titular como en el cuerpo de la información (*“Madrid multará con hasta 3.000 euros a los clientes de prostitutas en la calle”*, Europa Press); al igual que El Mundo que interpreta la ordenanza como una estrategia política abolicionista por parte del consistorio: *“Una nueva ordenanza para poner coto a la prostitución en Madrid”*, en la línea está el titular de 20 Minutos: *“Madrid, a la caza de la prostitución”*.

Desde nuestro punto de vista, la estrategia de presentar la Ordenanza en una sola información, banaliza los asuntos, equipara su importancia y concede a los noticias un tono sensacionalista, superficial e incluso humorístico que impide articular el posible debate en torno a la norma sobre prostitución. Leamos como ejemplo la entradilla de la noticia en 20 Minutos:

“Pedir los servicios de una prostituta junto a un parque infantil, acampar en la calle sin autorización, practicar la mendicidad (es decir, pedir limosna) junto a colegios o tiendas, ofrecerse para limpiar los parabrisas a los vehículos en los semáforos, colocar macetas en balcones sin fijaciones de seguridad o hacer acrobacias sobre patines en la vía pública. Si salen adelante los planes del Ayuntamiento de Madrid, todas estas prácticas estarán prohibidas en la ciudad y serán multadas con sanciones que podrían llegar hasta los 3.000 euros en el caso de las consideradas más graves (practicar sexo con prostitutas en la calle o, incluso, poner una maceta en la ventana).”⁶⁶

Se hacen enumeraciones pormenorizadas de lo que será considerado infracción leve, grave o muy grave, sin ofrecer un contexto explicativo de esta regulación. Por ejemplo: *“Infracciones graves (750-1.500 euros). Actos discriminatorios o de acoso; mendicidad organizada o con coacción; ofrecerse a limpiar parabrisas en un semáforo; solicitar servicios sexuales de forma coactiva o cerca de colegios o centros comerciales; promover la prostitución; (...)”*. El País).

No obstante, dentro de las noticias se incluyen apartados específicos que explican la propuesta del Ayuntamiento sobre la prostitución en los espacios públicos. En este punto, hay un aspecto en el que coinciden la mayoría de los medios y es poner en relación la normativa en Madrid, con la de otras ciudades. La alusión sirve para legitimar o, al menos contextualizar, la medida y que no sea considerada una cuestión política particular o una simple “máquina de multar”, como apunta ABC o El Mundo, de forma más sensacionalista (*“Cualquier viandante que se pare a hablar con una prostituta de la calle Montera se expondrá a dejar tiritando su cartera, pero para pagar una multa al Ayuntamiento de Madrid”*).

Para ampliar el horizonte del debate, en El País se informa de que *“en materia de prostitución, el borrador madrileño es casi idéntico al modelo de regulación diseñado por la FEMP (Federación de Municipios y Provincias), incluso en la cuantía de las multas”*. Además, se compara esta propuesta con otras más restrictivas como la de Barcelona, destacando que el Ayuntamiento de Madrid no

⁶⁶ Esta misma entradilla sirve a dos titulares, con distinto grado de sensacionalismo: “Madrid, a la caza de la prostitución”, en una pieza que incluye video y “El Ayuntamiento de Madrid prevé multar a clientes de prostitutas, a los mendigos y las acampadas” en la versión escrita.

multará a las mujeres y que las multas a clientes vendrán precedidas de un apercibimiento, por parte de la Policía Municipal.

También Público hace un repaso de la normativa municipal actual: *“En Valencia se aprobó hace un mes una normativa para sancionar hasta con 2.000 euros a los clientes y en dos semanas se habían impuesto seis multas. Las ciudades andaluzas de Sevilla, Granada y Málaga también ponen sanciones de 750 a 3.000 euros; en los últimos dos casos se multa incluso a las mujeres que se prostituyen, con centenares de denuncias ya interpuestas. Barcelona fue una de las primeras ciudades españolas en sancionar a meretrices y clientes (en 2006) y recientemente ha endurecido las sanciones hasta los 3.000 euros.”*

Es decir, se presenta a Madrid en la línea del resto de grandes municipios españoles, un argumento que seguramente ofreció la propia institución y que cuando se ofrece no se cuestiona. Sin embargo, no todos los medios hacen una presentación neutral de la ordenanza, ni tampoco hacen suyo el lenguaje empleado habitualmente por el consistorio para referirse a la prostitución, si bien ABC menciona el concepto de “mujeres prostituidas” y Público el de “personas prostituidas”, en una fórmula más amplia.

Por el contrario, el medio más crítico con esta ordenanza es El Mundo, afirma que ésta *“tiene pocos visos de ser aplicada con efectividad”, porque no prevé un aumento del número de policías locales, y cuestiona el “carácter pedagógico” con el que se ha querido envolver a la nueva ordenanza”,* afirmación con la que el periódico quiere desenmascarar la estrategia política de la medida. Cuestiona también aspectos técnicos como que se pueda tener en cuenta la reincidencia a la hora de multar a un cliente, si la norma no prevé un registro de los apercibidos. Parecida orientación mantiene RTVE: *“Las multas trasladan la prostitución de los núcleos urbanos a los polígonos y descampados”,* que enuncia un juicio negativo sobre esta ordenanza, ya que no servirá para erradicar o desalentar la prostitución, sino sólo para trasladarla.

También El País y Público cuestionan indirectamente la ordenanza al relacionarla con la situación y el debate sobre la prostitución a nivel nacional: *“La prostitución es una actividad alegal en España, que no está ni prohibida ni regulada a nivel estatal”* (El País). La redacción de la noticia invita a presuponer que estas medidas prohibicionistas son propias de los partidos conservadores, como se puede inferir de la siguiente afirmación: *“El Gobierno catalán (CiU) también ha optado por multar a prostitutas y clientes en las carreteras de la región, una medida que fue aplaudida hace un años por el ministro de Interior, Jorge Fernández Díaz (PP)”*. Y que, por tanto, cabrían otras posiciones aunque estas no se explicitan.

Siendo ésta una ordenanza controvertida, coincide en el tiempo con la aprobación de la ley francesa y posiciona al Ayuntamiento en la orientación abolicionista frente a la pro-reguladora. Y en este sentido, ¿cómo dan cuenta los medios de esta controversia? ¿Se ha debatido o se pretende debatir el borrador? Si no se ha hecho, ¿se señala esa carencia? ¿Qué voces participan en la polémica a través de los medios analizados?

En Público se informa de que *“la concejal de Asuntos Sociales, Dolores Navarro, se ha reunido en los últimos meses con asociaciones de vecinos, hostelería, mujeres, etcétera, para elaborar el borrador presentado hoy”,* un total de *“64 entidades ciudadanas”,* según especifica ABC. Sin embargo, 20 Minutos afirma que es ahora cuando *“el borrador será entregado a entidades ciudadanas y partidos políticos para que presenten alegaciones antes de que sea aprobado finalmente por el pleno”*. Vaya a ser o haya sido la discusión, no parece cuestionarse si la participación de las voces ha sido suficiente o restrictiva.

En la muestra analizada, el único periódico que elabora una noticia propia sobre las reacciones al borrador es ABC (9 de Octubre de 2013). En ella, se aprovecha para resaltar el enfrentamiento entre González, presidente de la Comunidad de Madrid y la alcaldesa de Madrid, Ana Botella, mediante

el titular: “González, frente a las multas de Botella, “prefiero dar libertad”. Además de esta batalla interna del Partido Popular, la noticia recoge, por orden, las opiniones de los partidos de oposición, el apoyo de los empresarios de la Federación Madrid Centro y, por último, la posición de “las organizaciones que trabajan con prostitutas”. Estos últimos colectivos se presentan como posturas divergentes y contrapuestas, a través de las declaraciones de las portavoces de APRAMP y Hetaira, que serán dos fuentes fundamentales –casi únicas- del debate mediatizado sobre prostitución. Las posturas sobre la ordenanza tendrán de nuevo visibilidad tiempo después cuando se manifiesta el Colectivo Hetaira, en Febrero de 2014 y que se analizará en el siguiente sub apartado c).

Por último, mencionar brevemente cómo se ilustran visualmente las piezas de noticias referidas a la nueva ordenanza. **Los medios que incluyen fotografías lo hacen con imágenes estereotipadas de mujeres.**

Siguiendo con la pauta de saturación y sobrerrepresentación del cuerpo femenino que se da en las culturas mediatizadas contemporáneas, una fotografía de una mujer en el espacio público, - muchas veces con rasgos no blancos- y/o sexualizada a través de su pose y vestimenta, resulta autoexplicativa.



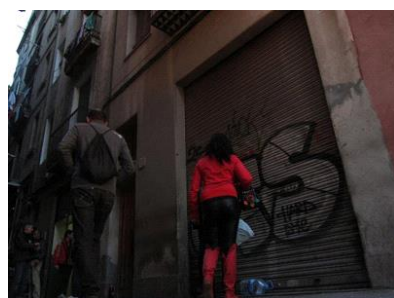
Fuente: ABC



Fuente: RTVE



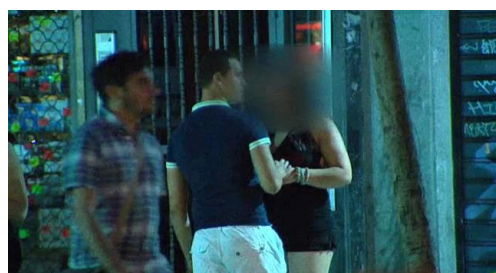
Fuente: 20 Minutos



Fuente: Público



Fuente: El Mundo



Fuente: El País



Fuente: RTVE

En 20 Minutos, la mujer negra apoyada en una farola con el rostro difuminado es una prostituta, al igual que la que aparece en idéntica postura en ABC y en El Mundo; en Público lo es una mujer de espaldas vestida de rojo en la calle frente a una verja cerrada y en El País aparece una pareja frente a un portal, ella con minifalda y rostro difuminado se adapta al estereotipo previsto y él representa el único cliente que hemos encontrado en la muestra de esta investigación. También las imágenes de RTVE optan por la simplificación y los lugares comunes (el metro, la calle, las mujeres de espaldas, etc.)

Debería ser la relación entre la noticia y la fotografía lo que interpreta el sentido de estas imágenes, pero cabe preguntarse ¿cuántas de ellas seguirían siendo imágenes de prostitución en un entorno descontextualizado? ¿En qué medida este tipo de imágenes hacen valer el lugar común de “una cualquiera”? Lo abordaremos con mayor detenimiento en el apartado sobre representaciones visuales.

Sabiendo que la noticia trata de la ordenanza municipal de convivencia, podría haberse ilustrado estas noticias de otro modo, buscando representaciones de la mendicidad o de otros comportamientos incívicos pero, además de lo novedoso y lo polémico, no cabe duda de que el imaginario compartido sobre la actividad de la prostitución en las calles es el más evidente.

5.6.3. Noticias de agencia, titulación y uso de comillas: manifestación en Madrid

La manifestación convocada por el Colectivo Hetaira en Madrid nos sirve para ilustrar varias prácticas periodísticas que afectan a la cobertura de la prostitución.

En primer lugar, **la homogeneidad informativa y la dependencia de las agencias**, ya que en este caso, el mismo texto aparece publicado en El Mundo, ABC y Público. En segundo lugar, **la importancia del titular**. El titular derivado del teletipo de la Agencia EFE es el siguiente: “*Decenas de personas se manifiestan por los derechos de las prostitutas*”. Sin embargo, Público lo transforma en: “*Decenas de prostitutas protestan contra la ley de seguridad ciudadana*”. Este cambio, por una parte, da por sentado que todos aquellos que acudieron a la manifestación ejercían la prostitución, cuando no tiene por qué ser cierto, ya que están apoyadas por otras personas, por ejemplo, mujeres del movimiento feminista. Por otra parte, se utiliza la manifestación para presentar un colectivo contra la Ley de Seguridad Ciudadana, como parte de una estrategia de crítica que el medio llevaba a cabo frente al borrador de la ley. No obstante, si bien es cierto que las manifestantes protestaban contra las medidas aprobadas en dicho borrador, lo hacían también contra la ordenanza municipal y reivindicaban derechos más amplios, como los derechos laborales, así como espacios propios en la ciudad.

La estrategia de titulación en Público parece más restrictiva que la empleada por EFE, no sólo por el enfoque de derechos que se niega, sino por la caracterización de los colectivos implicados, ya que no es lo mismo priorizar una actividad como un rasgo de identidad (prostitutas), que equiparar a los sujetos aludiendo a su condición de personas. Esto último favorece la creación de vínculos y reduce los espacios de exclusión simbólica, más aún si tenemos en cuenta que estas mujeres están reivindicando derechos laborales, un asunto que atañe al conjunto de la ciudadanía y no es un asunto privativo de ellas.

En tercer lugar, este caso demuestra **la falta de una orientación editorial coherente** en los medios sobre la prostitución. ABC publica el día 15 de Febrero de 2014 de modo íntegro el teletipo de EFE, en él se afirma que quienes convocan la manifestación son trabajadoras del sexo (“*Decenas de personas se han manifestado hoy por los derechos de las prostitutas en la madrileña calle Montera bajo el lema “No a la persecución. ¡Negociación de espacios ya!”, convocadas por las trabajadoras del sexo de Madrid y el Colectivo Hetaira*”. Agencia EFE). Sin embargo, dos días antes, se publica

una pieza que marca de forma clara la distancia del medio (o más bien del periodista) con respecto a las reivindicaciones de las manifestantes. El titular es: “*Las prostitutas se echan a la calle*”, una metáfora que remite a una práctica desorganizada e improvisada, fruto de una reacción más o menos impulsiva (además de un pretexto irónico del juego de palabras que subentiende la relación entre las prostitutas y la calle), frente al titular posterior en el que las personas se manifiestan. Además, en esta noticia ya no se da por buena la caracterización como trabajadoras del sexo, sino que muestra el desacuerdo (“Las ‘trabajadoras del sexo’, como ellas se autodenominan, han convocado una manifestación en Madrid”. ABC).

Tampoco se reconoce a Carolina Hernández la condición de portavoz del Colectivo Hetaira, sino que se la convierte en “prostituta y parte de esta entidad”, restando fuerza a la autoridad discursiva que habitualmente se atribuye a los portavoces de organizaciones. Entre sus palabras se selecciona el verbo aniquilar, que se repite en el subtítulo y en el cuerpo de la información, entrecomillado y que atribuye a Hernández una actitud agresiva y un tono exaltado que, sin embargo, no aparece en la noticia sobre la celebración de la manifestación. Si en el subtítulo lo que se aniquila es el negocio del sexo (“*Aseguran que la nueva Ley de Seguridad Ciudadana y las ordenanzas municipales están ‘aniquilando’ el negocio del sexo*”. ABC), en el cuerpo de la noticia las aniquiladas son ellas, una exageración que refuerza la metáfora que alude a la alcaldesa de Madrid. “(...) apunta que las están “aniquilando” con medidas como esta propuesta de ley o las ordenanzas municipales del Ayuntamiento de Madrid. “*Seremos víctimas y esclavas de la señora Botella, asegura Hernández.*” ABC).

En cuarto y último lugar, en esta información se observa **la falta de pluralidad y el diálogo entre posiciones dentro de una misma información**. Se construye la noticia recogiendo una sola voz, en este caso, la del Colectivo Hetaira que aboga por la regularización del ejercicio de la prostitución en el marco del derecho laboral y reclama que esta no se equipare a la trata, sino que se contemplen como fenómenos distintos. Las posiciones en el debate sobre regularización, en términos generales, no se presentan en diálogo sino de modo separado.

5.7. Patrones de representación visual

Comenzamos este apartado con una anécdota reveladora escrita por Anabel Puñal Rama (2007) en su artículo “El tratamiento de la prostitución en los medios. Algunas recomendaciones”:

“Recuerdo la primera vez que me topé con el abordaje de esta realidad en mi trabajo de periodista. En los inicios de mi actividad profesional en los medios de comunicación, en una ocasión tuve que acudir al archivo fotográfico en busca de una imagen sobre prostitución. Nunca antes había tenido que abordar el tema, ni siquiera en esa ocasión lo había tenido que tratar en gran profundidad sino de una manera tangencial al artículo que me había sido encomendado. Mi conocimiento sobre el mismo era vago y superficial. Además, estaba urgida por las prisas propias de la profesión, así que escogí al vuelo una fotografía. “¿Vas a llevar ésta?”, me reprochó la documentalista. La miré una segunda vez. Era la típica estampa de la chica en minifalda, con ropa provocadora, ejerciendo en la calle. Cuando no se conoce una realidad, los ojos con los que observamos son los de los prejuicios y los estereotipos. Y es que, engullidas por las prisas, sumergidas en una dinámica de trabajo que deja poco tiempo y margen para la reflexión, impelidas a tratar las más diversas problemáticas sin la necesaria especialización, los prejuicios y los estereotipos se pueden colar fácilmente por la puerta de atrás, como la imagen deformada, exenta de detalles y de matices en los colores, de la que no somos conscientes cuando aún no hemos sabido detectar nuestra miopía. Todo esto se amplifica en una realidad como la prostitución, marcada por la invisibilidad y mediatizada bajo la lupa del estigma.”

En los artículos y las noticias que hemos analizado, un elemento muy relevante está constituido por el eje visual, construido por las imágenes (tanto fotos como videos, en el caso de noticias televisivas) que acompañan el texto de los artículos. En la esfera pública mediatizada actual, las representaciones visuales son especialmente relevantes debido a la sobreabundancia de estímulos de este tipo, y a la importancia que se le atribuye gracias también a las facilidades que la tecnología brinda a la producción audiovisual, y a su distribución (canales como Youtube o las redes sociales). El conjunto de estas imágenes, obviamente, pasa a formar parte del “imaginario colectivo” sobre ciertos asuntos, entiendo por imaginario: “un abigarrado repertorio de imágenes compartido por una sociedad o por un grupo social, el espacio de las objetivaciones de la imaginación colectiva. El imaginario comprende representaciones, evidencias y presupuestos normativos implícitos que configuran un modo de imaginarse el mundo, las relaciones sociales, el propio grupo, las identidades sociales, los fines y aspiraciones colectivas (Abril, 2007: 62).

Como hemos apuntado ya en varios puntos de este informe, **las imágenes que aparecen en los medios de comunicación se corresponden con los estereotipos detectados en los relatos y contribuyen a la representación de sujetos objetivados y “cosificados”**, fundamentalmente en el caso de las mujeres. De hecho, en términos generales, las fotos y los vídeos, al contrario de lo que podríamos pensar, no añaden complejidad al asunto tratado, sino que los patrones visuales son muy repetitivos y siguen esquemas visuales similares que colaboran en la simplificación e hipersexualización del asunto. Salvo excepciones que mencionaremos más adelante, las noticias de RTVE y Telemadrid, así como las fotografías de prensa son la confirmación de que el imaginario colectivo sobre prostitución y trata es más homogéneo que en los textos donde de vez en cuando se encuentran perspectivas distintas y puntos de vista alternativos.

La imagen de la prostitución y la trata se articula a través de la intersección y combinación de **distintos ejes de discriminación**. Por una parte, el de género puesto que hay una primacía absoluta de las mujeres como objetos de exposición, su presencia constante las convierte en accesibles para los varones (porque sólo hay imagen de la prostitución femenina). Por otra parte, el eje étnico facilita el uso del cuerpo como evidencia de la relación inmigración-prostitución y en términos genéricos la posición subalterna de todo inmigrante. Una relación que cruzada con la clase, muestra a las mujeres pobres, excluidas, victimizadas y con ello, construye una barrera casi infranqueable entre nosotros los ciudadanos y ellas, las mujeres estigmatizadas como prostitutas. Este patrón visual compartido hace que estas mujeres no ejerzan, ni estén obligadas a ejercer como prostitutas o trabajadoras sexuales, sino que sean prostitutas. Así mientras las mujeres serán sancionadas por lo que son, los clientes lo serán por lo que hacen.

El ser prostituta se muestra no como un estado, sino como una condición vital e identitaria esencial, asociada a cuerpos impropios (que se alejan de la normalidad), a sujetos accesibles y, por tanto, apropiables. Lo que veremos en este apartado es cómo los patrones visuales potencian una visión colonialista de los cuerpos femeninos que serán exotizados, erotizados y biologizados (limitados a su condición sexual corporal).

Hacer aparecer un fenómeno en la esfera pública mediatizada, inscribirlo mediante relatos e imágenes es un modo de construir un mundo común, de hacerlo accesible y compartido; sin embargo, la representación de la trata con fines de explotación sexual y de la prostitución no propone un modelo de aparición para las mujeres que les ofrezca un espacio de autoridad y participación política. No lo hace porque ellas, en la gran mayoría de las ocasiones, aparecen deshumanizadas a través del desnudo y la sexualización, es decir, están representadas desde la obscenidad, lo que les configura como inapropiadas, impropias para ocupar el espacio público (Justo von Lurzer, 2012)

La representación de la prostitución emplea, de modo habitual, una serie de escenas comunes que facilitan el reconocimiento de las mujeres y su actividad con una simple mirada. ¿Qué hace falta para convertir a una mujer en el espacio público en una prostituta? El contexto se construye, en

primer lugar, a través de ciertos rasgos corporales (que remiten a un origen étnico no caucásico), de una vestimenta y ciertas poses sexualizadas, esto es, que expresan una actitud sexual de modo ritualizado (escotes, miradas, etc.). Y en segundo lugar, mediante los escenarios del ejercicio: carreteras, coches y burdeles.

5.7.1. Cuerpos, poses y vestimenta



Fuente: El Mundo

Un primer rasgo sobre la imagen que transmiten los medios de comunicación a destacar es una **sobre representación de la prostitución desde el punto de vista sexual**, donde la mujer prostituta usa su cuerpo y enseña las partes más íntimas y “sexuales” como senos y glúteos para mostrar a los clientes. Tanto en carretera como por la calle, las poses de las mujeres aluden al imaginario colectivo sobre prostitución, donde la prostituta lleva minifalda, tacones, escotes y posa enseñando piernas, con las manos en las caderas, a veces ondeando también un minibolso. En este contexto, incluso el hecho de fumar por la calle, puede apelar a este estereotipo de mala mujer.

Llama la atención la insistencia de fotos y vídeos que ponen en primer plano piernas desnudas y glúteos desnudos de las mujeres, vestidas con “minishorts” o tangas, insistiendo en esta hipersexualización y contribuyendo a la comercialización del cuerpo de la mujer.



Fuente: ABC



Fuente: 20 Minutos

El desnudo y la pose sexual no son un rasgo de todas las mujeres, ni siquiera de todas las prostitutas, **es un patrón visual que remite a las mujeres no blancas y, sobre todo, a las pobres**. Las mujeres inmigrantes están doblemente excluidas, primero por el silencio en los textos y segundo por la banalización e hipersexualización de sus representaciones visuales. Son sus atributos corporales los únicos que hablan de su identidad, de quienes son, qué hacen y cómo son sus vidas. Lo cierto es que el color de la piel y los peinados pueden dar pistas sobre la condición (negras, mulatas o latinas), aunque la conexión inevitable entre prostitución e inmigración permite que, aunque no tengamos ningún rasgo a partir del que conocer su identidad étnica, las mujeres fotografiadas en las noticias sobre prostitución y trata, siempre serán inmigrantes mientras no se diga lo contrario.

Estas mujeres de orígenes étnicos marcados como diferentes son las que hacen que funcionen las escenas que quizá habitadas por otro tipo de mujer no resultarían tan evidentes, ni eficaces. Por ejemplo, en una fotografía que acompaña una noticia sobre la modificación de la ley en Francia vemos una mujer negra vestida con un abrigo caminando por un parque, ¿qué la convierte en prostituta?, ¿por qué es suficiente su cuerpo para que precisamente ella pertenezca a este ámbito?

La reiteración facilita y refuerza la asociación y la convierte en una pauta de representación naturalizada, compartida y de sentido común.



Fuente: Público



Fuente: El País

Además de la representación del cuerpo desnudo, dado el poder evocativo de las fotos, también se usan a veces **metáforas o alegorías de la prostitución, sobre todo, los tacones**, que son a la vez símbolo de feminidad (los hombres no llevan tacones, cuando lo hacen es justamente para apelar a este rasgo ideal de la mujer). Muchas veces las prostitutas representadas visualmente llevan tacones altos, de aguja o con plataformas exageradas, al ser posible rojas o negras. De ahí, los tacones sirven como símbolo, tanto para ilustrar la legislación en Francia como para referirse a la trata de seres humanos, abordar una operación policial. Son muchos los videos que muestran primeros planos de tacones, así como una foto de una campaña de Amnistía Internacional que ilustra la prostitución juvenil en Italia, en una noticia sobre niñas que se prostituyen por una recarga del móvil.



Fuente: ABC



Fuente: ABC

5.7.2. Espacios: calles, coches y carreteras, burdeles

Las “otras” –inmigrantes- ocupan los espacios en los que nunca estamos “nosotras”, las españolas, europeas, menos pobres, más formadas, que nos dejamos engañar menos por los hombres y ocupamos una posición más igualitaria en nuestra sociedad. Las mujeres que suelen aparecer en la representación visual son aún algo más, las “otras” de las “otras”, porque ocupan el lugar que nadie quiere en las carreteras, calles y polígonos, un espacio que les resta todo tipo de individualidad y singularidad.

La noticia sobre prostitución callejera está sometida al mismo tratamiento audiovisual o fotográfico: mismos encuadres, mismas escenas, mismos protagonistas. La **asimilación prostitución – carretera es inmediata**, las mujeres en la calle son representadas casi siempre de pie, de perfil,

esperando (fumando o sentadas en sillas o sillones) y la mayoría de las veces en la ventanilla del coche, donde no se distingue el conductor.



Fuente: 20 Minutos



Fuente: ABC



Fuente: 20 Minutos



Fuente: ABC

El cliente no aparece casi nunca. Tanto si están solas como en grupo, las mujeres en la carretera están al lado de coches, vestidas con vestidos muy cortos, casi o totalmente desnudas (como en el caso de detalles de glúteos desnudos), con tacones, escotes, pero sin rastro de la sensualidad que desprenden por ejemplo las prostitutas de los casos de clientes famosos. Ellas son las protagonistas incluso cuando están dentro del vehículo del cliente, como sucede en la imagen de la furgoneta blanca que sirve de imagen fija para un video.

Hay bastante paridad entre la representación del día y de la noche, lo que permite romper en parte el imaginario de nocturnidad asociado a la prostitución, pero lo que no cambia es la necesidad de ilustrar mediante el cuerpo de las mujeres la exposición a la que éstas se someten frente al tráfico, por eso se utilizan muy poco imágenes de calles sin coches (aparte algunas fotos de farolas y calles céntricas) y más de polígonos, descampados, zonas deprimidas y polígonos. Si bien, tanto de día como de noche, las carreteras carecen de tráfico, aumentando así la imagen de una prostitución en ciertas zonas, alejadas y marginales. La calle es el fondo y ellas las figuras que condensan toda la narración, como se puede ver en estas imágenes del mismo reportaje que han servido para ilustrar varias noticias de nuestra muestra en distintos medios en las que se intuye el tráfico, como metáfora de lo que es móvil, cambia, mientras ellas permanecen fijas y bien definidas, en su condición.



Fuente: 20 Minutos

Frente a las imágenes anteriores, dotadas de ciertos rasgos artísticos por el juego de la imagen en movimiento, las luces y la noche, queremos destacar otras imágenes que, en cierto sentido, desplazan algo el estereotipo de la prostitución callejera. Se trata de las imágenes que captan a las mujeres en la carretera con chalecos reflectantes con luz diurna; el contraste entre las minifaldas, los tacones y bolsos, los chalecos restan sexualidad a la escena y acercan al lector a una representación de la prostitución mucho menos idealizada y más rutinaria. En estas fotografías las mujeres están casi cercanas a los obreros que trabajan arreglando el pavimento, una actividad con riesgos frente a la que ellas deben protegerse. Como se protegen del frío en la otra fotografía de carretera en la que, de nuevo, una vestimenta poco acorde con el estereotipo hegemónico al desplazar el eje del cuerpo desnudo permitiría no realizar una identificación automática y evidente de lo que se está viendo, es decir, nos parece que la imagen invita a pensar en las condiciones en que se encuentran estas mujeres y no sólo en el acto sexual que la prostitución implica.



Fuente: El Mundo



Fuente: 20 Minutos

¿Qué hacen las mujeres en esta representación del escenario callejero? Pueden captar la atención de los clientes mostrando su cuerpo mediante poses específicas o hablarles a través de la ventanilla y también pueden esperar. **La espera es un patrón visual común** que se construye a través de diversas atmósferas: espera en soledad o en grupo, en una carretera aislada o en el espacio urbano.

Una de las representaciones que habita los imaginarios compartidos sobre prostitución en la esfera pública es **la espera en la farola**. La mujer que aguanta apoyada bajo la luz a que aparezca un cliente, para poder ser vista en un contexto de oscuridad. En España, este estereotipo tiene en el comic "Clara de Noche" una referencia popular y, como vemos, el discurso periodístico echa mano de esta escena simple para ilustrar una realidad compleja. Ellas esperan en la farola en un contexto en el que circulan los clientes, pero ellos ¿quiénes son? Sería interesante saber si los lectores identifican al padre que pasea a su hijo en un carrito como un cliente potencial, o la imagen sirve otra vez más para realizar el contraste entre ellas, que ilustran los mundos de la inmigración y la exclusión social, frente a nosotros, una sociedad avanzada e igualitaria en la que incluso los varones se hacen cargo de la crianza. Más convencional es la otra imagen en la que ella es la que permanece inmóvil en su farola, mientras la gente –los clientes– pasan, eso sí, difuminados para seguir ocultando su identidad y reforzar la idea de que su identidad debe preservarse.

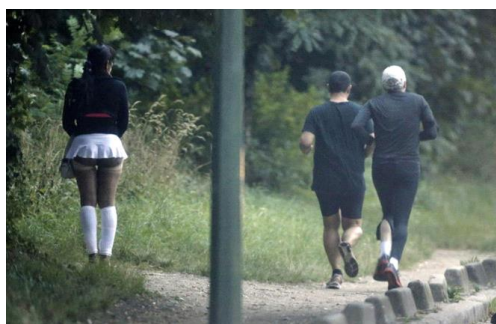


Fuente: 20 Minutos



Fuente: 20 Minutos

Las imágenes de espera sirven, como hemos visto, para contrarrestar el mundo de la prostitución y el de la cotidianidad. Son espacios que se tocan, que se encuentran, pero entre los que hay una frontera, una barrera evidente como la farola que divide la siguiente imagen en dos espacios delimitados: el mundo de la prostitución condensado en “la otra” -mujer prostituida- y nosotros, los que hacemos ejercicio.

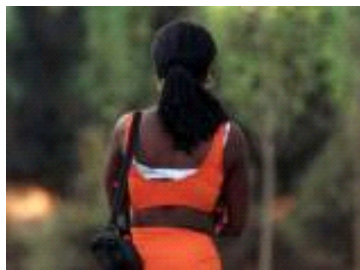


Fuente: El Mundo

Estas son imágenes que intervienen en el debate sobre los usos legítimos del espacio público: ¿qué actividades son cívicas y permisibles y cuáles no? Desde nuestro punto de vista, todavía no son imágenes que estén interpretándose en términos metafóricos, por ejemplo, podríamos pensar que ese nosotros sale corriendo y se desentiende del fenómeno de la trata del que somos corresponsables, porque aún es hegemónico un patrón visual irreflexivo, que sólo invita a la

identificación y no al cuestionamiento. Esto es, creemos que una imagen construida de modo similar (si prescindiera además de la hipersexualización) acompañada de un relato informativo más complejo, podría ser una herramienta útil para el debate sobre el vínculo entre prostitución y trata. Sin embargo, **el imaginario visual es coherente con el relato hegemónico actual en el que la prostitución es un universo ajeno, específico, marcado por la exclusión y la conflictividad social.**

No hay posibilidad de ver otros mundos, otras facetas de estas mujeres porque lo que sirve es sólo su condición de figuras. **La metáfora de este silenciamiento está bien representada a través de la imagen de sus espaldas y sus rostros difuminados.** En principio, evitar mostrar el rostro de las mujeres es una garantía de privacidad, imprescindible por razones de seguridad en el caso de las víctimas de trata; sin embargo, los patrones visuales de representación de la prostitución son extremadamente contradictorios, ya que la representación de espaldas convive con la mirada directa al espectador. Esto implica una dificultad para la comprensión puesto que no se sabe a qué tienen derecho, cuales son los motivos por los que a veces se las protege y otras veces no. Tampoco sabemos qué opinan ellas, sin desean o no desean verse expuestas. Y la mayor parte de las veces las imágenes difuminadas, o sin contexto claro –como las que ofrece la policía y que analizaremos más adelante-, sólo sirven para incrementar la sensación de oscurantismo, misterio y desviación social asociada al mundo de la prostitución.



Fuente: 20 Minutos



Fuente: 20 Minutos



Fuente: ABC



Fuente: El País

La cosificación, sexualización y exclusión social a la que se ven sometidas estas mujeres a través de estas imágenes estereotipadas que hemos mostrado, se acrecienta con el recurso a imágenes oscurantistas, poca claras y, sobre todo, a aquellas en las que las mujeres aparecen criminalizadas.

Por último, queremos destacar como frente a la fotografía en exteriores, **son muy pocas las imágenes que captan el interior de los prostíbulos**. Son espacios poco accesibles, para los que el imaginario recurre bien a las fachadas, ya sea de día o de noche y a las imágenes de redadas. En la muestra analizada, sólo aparecen dos fotografías del interior de locales en el periódico Público, que siguen la línea de lo mostrado en este apartado: deshumanización y sexualización de las mujeres, aún más exagerada en este caso porque en una se les priva de rostro y en la otra la velocidad de la imagen, difumina a la mujer pero de un modo bastante extravagante y animalizado por la pose.



Fuente: Público



Fuente: Público

5.7.3. Criminalización: registros, detenciones y víctimas

Debido a que la mayoría de las noticias de información son de operaciones policiales contra prostitución y grupos criminales que explotan a las mujeres, hay muchas imágenes y videos

proporcionados por la policía sobre las detenciones, tanto en locales, en la calle o carretera y, fundamentalmente, cuando entran en pisos donde se recluyen a las mujeres.

En la mayoría de las fotos de redadas en locales, se insiste en la imagen de las mujeres de espaldas (casi siempre en grupo), no hemos encontrado fotografías similares de varones detenidos. Esta situación, permite interpretar –si se desconoce la ley- que estamos ante redadas de prostitutas que están siendo detenidas, porque la pose de las mujeres muestra cómo se encuentran intimidadas y sumisas. Una vez más se las sobreexpone, en esta ocasión, favoreciendo la asociación entre mujer y delincuencia.



Fuente: 20 Minutos



Fuente: 20 Minutos, El Mundo



Fuente: El País



Fuente: El País

Aunque hay un intento de autopromoción por parte de la policía para mostrarse como un aliado en la lucha contra la trata, muy evidente en las noticias de RTVE, la representación visual no ha logrado mostrar aún a las mujeres como víctimas. Mientras la policía se representa ofreciendo apoyo, repartiendo folletos, preocupándose por las mujeres, ellas en las imágenes siguen siendo parte de un entramado criminal en el que quedan atrapadas recibiendo la misma sanción que los proxenetas, ya que los clientes siempre están ausentes. **La combinación mujeres-policía activa la idea de delito, pero no de manera automática la de las mujeres como víctimas de la prostitución forzada**, en nuestra opinión, no se consigue esta orientación por la naturalización del estereotipo hipersexualizado (la mala mujer) que repasamos en el anterior apartado.

Existe una excepción a esta regla y son los casos de víctimas particulares. Por ejemplo, lo que encontramos en el caso Nora es una sobreexposición de la menor, tanto en las fotografías de los artículos, como en los videos. Casi siempre a Nora se la muestra en los “autorretratos” que se hacía o en fotos típicas de adolescente con sus amigas. Llama la atención que se eligen fotos que resaltan la belleza de Nora y en las que aparenta ser mayor de 16 años y cuesta imaginar que no hubiese fotos más familiares (sólo hay una de Nora de pequeña con su madre). A Nora se la muestra maquillada, mirando a los ojos, en primeros planos, casi nunca se utilizan fotos de excursiones, o en grupo de amigos, por ejemplo.

Se privilegia la soledad y específicamente la foto de carnet, que se utiliza tanto para ilustrar el caso Nora como el caso de Adriana, y además para mostrar a proxenetas detenidos. Es una estrategia

de representación que aumenta la veracidad y nos sitúa en un patrón clásico de las noticias de sucesos y crónica negra, porque remite a la foto de la ficha policial y a la de los desaparecidos. Se produce una mezcla ambivalente entre la imagen que todos compartimos (la foto de carnet), con el contexto morboso asociado a la ficha policial.



Fuente: El País

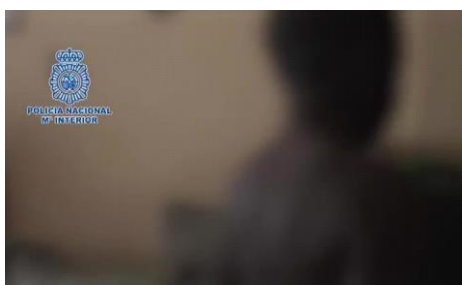


Fuente: El Mundo



Fuente: ABC

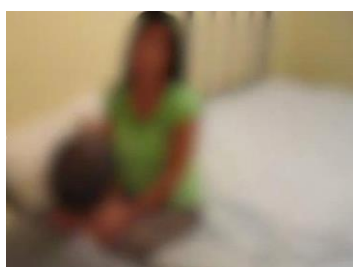
Al margen de estos casos, en general, cuando se intenta representar a las víctimas, en las imágenes de la policía (fotos o videos) no se distinguen rostros, ni de los delincuentes ni de las prostitutas, se privilegian los detalles de la casa, de las camas desechadas, del mobiliario o de los medicamentos. Debido a la mala calidad de las imágenes se intuye a mujeres sentadas, en camas o en una mesa y a veces sólo se reconocen bultos. Esta dificultad para saber que se está viendo evita el esfuerzo por explicar, por ofrecer puntos de referencia al lector que orienten su comprensión del suceso informativo.



Fuente: El Mundo



Fuente: El Mundo



Fuente: 20 Minutos



Fuente: 20 Minutos



Fuente: 20 Minutos

La imagen visual de las operaciones policiales nos cuenta como la policía entra y documenta las huellas de las redes y las mafias, parece que el objetivo fuese no dejar espacio para la imaginación. Supuestamente se registra de modo objetivo lo que allí ha sucedido, cual ha sido el modus operandi a través de los restos pero, en realidad, los indicios están al servicio de la reconstrucción del relato hegemónico del que, como hemos visto en los análisis de las noticias, tenemos pocos datos, casi ninguna historia particular y, por el contrario, muchos lugares comunes. Tras la documentación de las operaciones, las fotografías y videos del dinero, la droga o los utensilios para practicar el vudú serán los ingredientes con los que el lector tendrá que construir "su película", activando los

imaginarios compartidos sobre la criminalidad y la violencia, esto es, sobre el mundo de los malvados que tanta fascinación puede llegar a provocar.



Fuente: ABC, 20 Minutos



Fuente: El Mundo



Fuente: ABC

Esa idea de película de acción, es decir, la relación entre las representaciones ficcionales e informativas se refuerza con la proliferación de videos de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado actuando en plena operación policial, como esta imagen del video de un grupo de Mossos subiendo por unas escaleras a punto de entrar por sorpresa en el piso. Lo que en principio parecen ser recursos que ofrecerían verosimilitud y transparencia a este tipo de acciones policiales, aproximándolas a los lectores y espectadores, tal vez traigan consigo un efecto no deseado, provocando una mayor carga de sensacionalismo, ya que más que hablar de vulneración de derechos humanos, estarían reforzando los estereotipos de la prostitución como conflictividad social.



Fuente: ABC



Fuente: El País

Al igual que sucede con el relato tópico sobre la trata como éxito de las operaciones policiales, en los patrones de representación visual también se privilegia el punto de vista policial.



Fuente: El País

No sólo porque producen un porcentaje significativo de las fotografías y videos sobre prostitución y trata en los medios, sino porque su mirada impregna la representación, criminalizando todo lo que aparece en la escena, como sucede en la imagen del bloque de pisos frente al que hay un vehículo policial.

Entre todas las imágenes policiales, nos parece paradigmática esta última en la que se fotografía un prostíbulo desde el techo de un coche patrulla, es una imagen que obliga al espectador a ocupar un lugar imposible que corresponde precisamente con la mirada policial que vigila los espacios de la prostitución, porque en ellos se produce una actividad delictiva. Por el contrario, **ni una sola de las imágenes de nuestra muestra nos invita a mirar desde los ojos de las mujeres.**

Lo que faltaría por hacer, en términos de representación visual, es lograr imágenes que contaran de otro modo el mundo de la prostitución y la trata, las actividades (delictivas o no) y, sobre todo, que mostraran de otros modos a los actores implicados.

5.7.4. Proxenetas

Desde esta mirada policial se representa generalmente a los proxenetas que aparecen en el momento del arresto, en las imágenes de juicios o a través de las fotos de carnet que corresponden a la ficha policial. No obstante, su presencia no es comparable a la de las mujeres. Visualmente no hay ninguna marca que pueda identificar su papel de explotadores y prostituidores, sino que están asimilados a otros criminales y detenidos, casi siempre acompañados por la policía. Dado que una parte de la representación informativa corresponde con la discusión sobre el proxenetismo y su condición delictiva, también hay espacio para las imágenes de los dueños de clubs como fuentes autorizadas, que dan testimonio en calidad de empresarios, si bien casi siempre por su implicación en juicios, aunque no hayan sido condenados.



Fuente: El Mundo



Fuente: ABC



Fuente: El Mundo

Ya se avanzó que **los clientes siempre aparecen de forma presupuesta**, no es fácil saber si estamos ante clientes, varones que pasean o incluso policías que trabajan sin uniforme (como en la imagen en la que una mujer en ropa interior está rodeada de tres hombres en un parque). Frente a esta indefinición la figura estable –que permite categorizar la escena- es la de la prostituta. La única imagen explícita del cliente de nuestra muestra corresponde a la campaña del Ayuntamiento de Madrid, con el slogan “Tengo sexo con mujeres aunque ellas no quieran”, donde se explicita la idea de cliente como cómplice de la trata. En ella, han optado por mostrar un hombre guapo, blanco, joven que podría protagonizar cualquier campaña de moda, contrarrestando la idea estereotipada del cliente como un sujeto depravado, desagradable, de clase baja, sin formación, etc. y aproximar la imagen al lector, aplicando la misma estrategia de identificación y empatía que funciona en la publicidad de consumo.



Fuente: El País



Fuente: El Mundo

5.7.5. Ejercicio voluntario: las nuestras

Una de las pautas de las imágenes que ilustran noticias y artículos relativos al ejercicio voluntario, tienen como protagonista una mujer, que posa en primer plano o de figura entera y que en los videos suele dar testimonio. Varias imágenes corresponden a la presidenta de la primera cooperativa de trabajadoras sexuales fundada en España, que comparte con otras mujeres su representación sin rasgos de atributos sexuales, ni en los escenarios normalmente asociados a la prostitución. Es más, si no supiéramos que se está hablando de prostitución, no identificaríamos ninguna de las mujeres representadas como prostituta, ya que son fotos frente al mar o totalmente alejadas de los imaginarios estereotipados, como una en la que una mujer aparece sentada en un taburete delante de una ventana. Un aspecto fundamental para la normalización de estas imágenes es que se trata de mujeres blancas, ya sean españolas o europeas, y su vestimenta les permite quedar asociadas, al menos, a la clase media y que tienen nombre propio. Estos rasgo corporales les distancian de las otras, mientras estas son trabajadoras sexuales, las otras son prostitutas. La clase y el origen étnico marca esta diferencia fundamental en relación a los derechos y las formas de vida. El relato de la prostitución voluntaria sólo se mantiene para las que no están en las lindes de lo social, para aquellas de las que estamos casi seguros que no están siendo víctimas.



Fuente: 20 Minutos



Fuente: El País María José López Armesto



Fuente: El País Ilonka Stakelborough



Fuente: Público

El objetivo es mostrar la prostitución lejos de la sexualidad y de la criminalidad, conseguir que se considere una profesión o un oficio como cualquier otro, ejercicio por mujeres normales. En esta pauta se recupera también cierta individualidad, las miradas son directas, las caras sonrientes, incluso las luces y los colores son brillantes y transmite positividad, frente a lo oscuro y sórdido de las imágenes que hemos repasado hasta ahora. Por ejemplo, en la noticias de RTVE sobre la decisión del Tribunal supremo de Canadá que anula las leyes que prohibían la prostitución se entrevista a la trabajadora sexual que empezó el pleito y si no escucháramos sus palabras, podría tratarse de cualquier mujer que llora de felicidad por una sentencia, pero no sólo se le da voz y rostro, sino que la acompaña una representación visual digna y que no la estigmatiza.

5.7.6. La representación de las manifestaciones y las protestas

En el periodo de la muestra hubo varias noticias dedicadas a las manifestaciones de protesta, por un lado, a favor o contra la ley prohibicionista en Francia y por otro lado, en Madrid contra la ordenanza que prevé multar a los clientes y contra la ley de seguridad ciudadana. Todos los medios recogieron las protestas y las fotos ilustran las manifestaciones en las que se identifica, principalmente, a mujeres protestando y en sus carteles y pancartas la postura que defienden.

En algunos casos se defienden estas normativas con lemas como: “*Prostitution: briser le silence, dénoncer la violence*” (trad. “Prostitución: romper el silencio, denunciar la violencia”) o “*Votez Abolition*” (Voto Abolición); pero, en general, las protestas suelen estar protagonizadas por trabajadoras sexuales que aparecen habitualmente con el rostro descubierto. La atmósfera común de estas imágenes es festiva, en algunos casos con tintes folklóricos o sensacionalistas. En las pancartas se defienden ideas como: “*clientes multados=SIDA*”, “*El trabajo sexual es trabajo*”, “*Ni putas, ni sumisas*”, “*Putas sin clientes. Buscan trabajo en el gobierno*”.

Aunque el tema compartido son las protestas, es evidente que algunas de las fotografías inciden en la sexualización más que otras y para ello escogen mostrar las representaciones menos convencionales en el marco de una manifestación reivindicativo de tipo político y laboral, por ejemplo en ABC se opta por enfocar a una mujer que se muestra en ropa interior y la imagen de un transexual. El Mundo también decide señalar, un día cualquiera sin desarrollo de la noticia, una imagen aislada de una protesta de trabajadoras sexuales argentinas que muestran su pecho desnudo.

En el extremo opuesto, están las imágenes en las que mujeres con el rostro cubierto o visible protestan juntas, entre pancartas y banderas, sin que ningún atributo corporal o sujeto destaque con respecto al colectivo. A este tipo de imágenes corresponde la fotografía de agencia de las manifestaciones en Francia que deciden publicar Público y El País y las imágenes de varios medios sobre la manifestación en Madrid, con el lema “*No a la persecución*”. Una de las cosas que llama la atención en estas imágenes es que las mujeres, a través de sus lemas, están reclamando la defensa de sus derechos, pero también la protección de unos clientes que como siempre no está representados.



Fuente: El Mundo



Fuente: ABC



Fuente: El Mundo



Fuente: Público y El País



Fuente: El Mundo, Público

Hay una ilustración en la que los clientes si aparecen manifestándose y que pretende tener un tono humorístico, por el estilo caricaturesco. En esta imagen publicada por El Mundo, y en la que se hace referencia al manifiesto francés “*No toques a mi puta*”, no hay una sexualización de los clientes, pero sí de la mujer, que se dibuja según los cánones del estereotipo hegemónico: ropa sexy,

focalización en los atributos sexuales (glúteos), botas altas y tacones rojos, el bolso, caminando de espaldas al espectador, lo que permite que ella sea anónima, una cualquiera en el doble sentido.



Fuente: El País



Fuente: El Mundo

El **recurso a la ilustración** se emplea en muy pocas ocasiones en la muestra analizada, acabamos de ver un caso, otro vuelve sobre el mismo patrón representacional: mujeres exuberantes, identificadas con su condición femenina, su sexualidad, pero apuntando hacia otro lugar que señala su disposición como objetos y mercancías. En este segundo ejemplo, hay una ambivalencia evidente que no resulta fácil de descifrar, veamos el porqué. Por un lado, se ofrece una imagen literal del estereotipo, es decir, una prostituta clásica, mala mujer que fuma, lleva botas altas y espera apoyada en una pared, pero está convertida en una obrera sexual –con un caso de construcción. Además, un primer plano del rostro de esta mujer muestra una etiqueta colgada de su oreja, que haría referencia a su condición de mercancía sexual, lo que concede a la imagen un punto de vista crítica, por comparación a la imagen literal del ejemplo anterior. Es, sin duda, un intento interesante de modificar la perspectiva representacional, sin embargo, no resulta fácil transformar una pauta visual, empleando los mismos códigos.



Fuente: Público

Una iniciativa parecida encontramos en Público, en este caso, se utilizan fotografías en blanco y negro, de mujeres con origen étnicos no europeos, identificables también con la imagen sexualizada. En una de las imágenes aparece una mujer negra semi-desnuda con el rótulo “puta” sobre los ojos y en el resto mujeres vestidas con los rótulos: “madre”, “amiga”, “esposa”. El objetivo de esta estrategia es desplazar la identificación mujer-prostituta y añadir otros ejes de identidad; sin embargo, al mostrar los cuerpos como elementos autosuficientes, en un vacío representacional, sin contexto alguno,

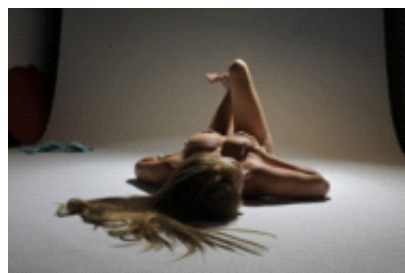
creemos que no son eficaces a la hora de generar discursos más densos y plurales sobre las experiencias y las condiciones vitales de las mujeres en particular, ni sobre el fenómeno de la prostitución y la trata, en general. Son intentos limitados de reflexionar sobre las imágenes de la prostitución, porque no abandonan la sobreexposición del cuerpo femenino, ni prescinden de las marcas étnicas, ni de la sexualización; no obstante, tienen el valor de haber dedicado tiempo y dinero a un asunto que, por norma, se resuelve con imágenes de archivo.

Por último, nos referiremos a la **estilización de la prostitución**. Utilizamos este término para identificar las noticias que hablan de la prostitución como tema de una representación artística o creativa (como en el caso de la película de Ozon “Joven y bonita” sobre una joven de 17 años que empieza a prostituirse o el clásico “Belle de jour” de Buñuel) o cuando se usan los típicos estereotipos estéticos de la prostitución como estilismo para un vídeo musical (como en el caso del

vídeo de Britney Spears, incluido en nuestra muestra, o en el pasado, tantos vídeos de Madonna). En estos casos, los elementos visuales característicos nos reenvían a una imagen de una mujer poderosa y empoderada, un tipo de prostituta lejos de los sufrimientos de una víctima de trata y explotación, algo más cercanos a las representaciones de prostitución voluntaria.



Fuente: El País, El Mundo



Fuente: El Mundo



Fuente: 20 Minutos



Fuente: El Mundo

En estos casos, las escenas evocan lugares excéntricos, burdeles de lujo o a casas de “clientes” privados. Los atuendos presentan toques masoquistas (con vestimenta “dominatrix”), pero sin ser mortificantes ni indignos. A veces, las miradas de las protagonistas son directas, desafiantes, se posicionan en una actitud de reivindicación de su estatus. Y, cuando no miran a la cámara, están en una posición corporal donde se muestra el cuerpo, semidesnudo, pero en posición estetizante, típica de los desnudos artísticos. En ellas, se exalta el desnudo de la mujer, se pone frente a la mirada de admiración del espectador, respondiendo al deseo masculino heterosexual, desde una valoración positiva de la belleza femenina, como si la prostitución fuera una faceta más del ser mujer.

5.8. La voz de los profesionales del periodismo

Para completar esta investigación hemos realizado varias entrevistas a periodistas, a partir de un cuestionario semiestructurado, en el que se abordaron cuestiones sobre rutinas, manejo de fuentes, consulta de documentación y formación especializada sobre prostitución y trata. Así mismo, quisimos conocer su opinión sobre el tipo de cobertura que se realiza sobre este asunto en los medios españoles, qué aspectos identifican como mejorables y por último, cuál es su opinión personal sobre el marco normativo y regulatorio de la prostitución en España.

Entrevistamos a cuatro mujeres y dos hombres, dos eran periodistas de agencia, un periodista de radio y dos de un medio web y otro de un periódico impreso. De ellos, dos trabajaban como *freelancer* y los otros cuatro eran parte de las plantillas de sus medios.

Tras las entrevistas hemos identificado **dos perfiles muy definidos, por un lado, tenemos a dos periodistas especializados**, dedicados básicamente a cubrir asuntos sobre inmigración y con un enfoque de derechos humanos, que incluyen entre sus temas habituales la trata con fines de

explotación sexual. Por otro lado, se encuentran la mayoría **de los profesionales que no se consideran especialistas en la materia y que la pueden cubrir, como parte de su sección, de forma ocasional**, dentro de los temas que proponen como colaboradores autónomos

5.8.1. ¿Cómo entran estos temas en la agenda de los medios?

Los periodistas que cubren temas de prostitución y trata pertenecen, sobre todo, a la sección de **Sociedad**, este enfoque se complementa con los profesionales que trabajan en **Tribunales** y en **Sucesos** (por ejemplo, de sección local en Madrid) y con las propuestas de reportaje que realizan puntualmente los periodistas autónomos.

Los periodistas no siempre tienen claro los límites y las diferencias entre la prostitución y la trata, no tiene una percepción clara de si deberían abordarse como fenómenos similares, dentro de los mismos marcos interpretativos o si bien son dos realidades diferentes de las que se debe informar de forma separada. En este punto comienzan las diferencias entre los periodistas especializados y los que no lo están, ya que los primeros suelen tener mucho más claro que su trabajo se ocupa de la trata con fines de explotación sexual, dentro de marcos más generales como el fenómeno migratorio.

“En general, lo equiparamos, en general te citan para cubrir una operación contra la trata de seres humanos, y añaden con fines de prostitución. La trata de seres humanos podemos hablar de otras cosas, pero en general, está un poco mezclado.” S1

“Para mí, lo más perjudicial es mezclar y confundir prostitución y trata, porque no tienen nada que ver y siempre entramos en el debate en la libertad de decidir si se desea ser prostituta o no....así que mezclarlo en un solo reportaje salvo que sea para decir no son lo mismo, me parece perjudicial.” S3

Dado que en este contexto la mayor parte de la información se genera a partir de la actividad de las fuentes, los periodistas más que proponer reportajes y buscar información responden a los comunicados, ruedas de prensa, etc., de ahí que se privilegie casi siempre la visión institucional y, por ende, cada vez sea mayor la identificación entre prostitución y trata.

“Fundamentalmente cubrimos la trata, porque sobre el debate sobre la prostitución no nos llegan convocatorias, lo que sí hemos tratado son los anuncios de prostitución en prensa.” S4

Esta es una de las carencias más importantes que señalan las y los periodistas especializados, con respecto al trabajo que se suele hacer en relación con la trata.

“Ese es el gran problema: la mayoría de los medios beben de las fuentes oficiales, y las fuentes oficiales atrofian la realidad sobre la mirada de la mujer víctima de trata y así pasa que el relato informativo a veces no tiene nada que ver con lo que debería ser una buena explicación de un caso, de una red.” S5

Volveremos sobre el problema de la relación con las fuentes más adelante. Pese a la evidente dependencia de las fuentes oficiales, tanto los periodistas en plantilla como los *freelance* tienen cierto margen para promover estos temas e intentar que entren en la agenda de sus respectivos medios; sin embargo, no suelen ser prioritarios y ante asuntos de mayor relevancia periodística se quedan en el tintero, muchas veces por falta de tiempo para desarrollarlos.

“Sí que hay muchos aspectos y temas que podríamos hacer nosotros motu proprio, no te voy a engañar, por ejemplo sobre la crisis..., un montón, pero nos centramos básicamente en la trata.

Había propuesto hacer un seguimiento al trabajo de APRAM, planteé pasar una noche para ver cómo trabajan, pero al final por falta de tiempo....” S4

Las noticias y reportajes sobre prostitución y trata no siempre tienen valor informativo por sí mismos, hay que lograr convencer a los editores. Por ejemplo, para que un colaborador externo –pongamos en el extranjero- pueda incluir un tema sobre trata o prostitución tiene que haberse producido un hecho de relevancia informativa que haya logrado cierta repercusión internacional.

“Estas piezas salieron porque yo propuse el tema, porque me parecía interesante y luego tuvo repercusión en medios internacionales. Una cosa llevó a la otra, cuando empecé a estudiar el tema de la prostitución, me di cuenta de que existía este sistema (un modelo rígido de sanción de la prostitución). Lo había oído pero no sabía cómo funcionaba, propuse la idea para un reportaje más largo de fin de semana. Y mientras estaba investigando el tema, contacté con esta otra persona que es la activista. Una cosa llevó a la otra.” S2

Parece que para la cobertura sobre el fenómeno de la prostitución y la trata adquiera la relevancia que se merece, su valoración como tema con valor informativo no puede depender en exclusiva de la sensibilidad particular de los redactores y su compromiso con los derechos humanos.

“Nos vendría bien que hubiese más hombres (cubriendo la trata), porque en la mayoría de los medios los que mandan son los hombres y no les interesa, a la mayoría de los jefes lo único que les interesa es lo que diga Rajoy, Rubalcaba, el Rey. Están absolutamente fuera de la realidad que padecen miles de personas que sufren violación de derechos humanos. La gente que sabe de estas cosas también tiene que llegar a tomar decisiones. (...) Por eso, sería importante que los editores de programa tuvieran una sacudidita de vez en cuando con esta realidad.” S5

Una vez que entra en la agenda, suele trabajarse en una sección, en general, la colaboración entre secciones suele ser limitada y puntual. Si se cubre un juicio sobre proxenetismo irá a la sección de Tribunales, mientras que si la Policía concede una rueda de prensa sobre una operación se destinará a Interior, la sección de Sociedad se ocupará de un enfoque más centrado en problemáticas, derechos laborales, organizaciones sociales, etc. Llama la atención que en ningún medio se haya planteado hacer piezas conjuntas entre Sociedad y los encargados de Salud, con Economía o con la sección de Internacional. Los periodistas más especializados están mucho más acostumbrados a realizar trabajos en colaboración no sólo entre secciones, sino con compañeros de otros medios o participando en redes internacionales de periodistas especializados en inmigración.

Estos profesionales piensan en su labor periodística en el marco de un trabajo interdisciplinar en el que se ven formando parte de un engranaje más amplio en el que participan no sólo otros periodistas, sino las organizaciones expertas, abogados, trabajadores sociales, etc.

“No estamos acostumbrados a trabajar en equipo con otros profesionales, sobre todo, cuando trabajamos con temas tan sensibles como la trata. El trabajo multidisciplinar es tan fácil como que le pidas apoyo a la gente...y el resultado va a ser más útil y atemporal. Por ejemplo, este que es abogado le voy a pasar el texto a ver si ve algo que está raro. No es habitual y creo que eso es super útil y me parece lo normal porque estamos todos aprendiendo y son temas muy nuevos. Además, estamos aprendiendo a contar las cosas y tenemos que probar cosas nuevas.” S3

5.8.2. ¿Cuál es la relación con las fuentes?

Hemos confirmado con los periodistas que en las agencias “el 99% son fuentes institucionales” y estas informaciones son las que sirven de base para el resto. Las coberturas son rutinarias: *“vas las cubres, preguntando todo lo que se te ocurre, dentro de lo que te pueden contar.”* S1 Habitualmente, no se entra en contacto con ninguna otra fuente, no se habla ni con los detenidos y tampoco se tiene *“acceso a hablar con las mujeres porque se las protege”* S1.

Esto da lugar a las noticias homogéneas que hemos analizado en los capítulos anteriores y de cuya estructura son plenamente conscientes los profesionales:

“En general, cuando hacemos el teletipo lo que reflejamos, vemos que luego el resto de medios lo cubren parecido. Se habla de que se ha desarticulado una red, que obligaba a prostituirse a X mujeres, se ha desmantelado, a las mujeres les hacían esto les hacían lo otro y hay tantos detenidos y ha habido registros aquí y aquí. Es verdad que si algún periódico tiene tiempo se lo trabaja más y añade la opinión de una ONG o recuerda algún caso concreto importante.” S1

En una posición intermedia están aquellos periodistas que consultan otras fuentes expertas, si bien, casi siempre las más conocidas y reiteradas como Colectivo Hetaira o APRAM y algunas voces del movimiento feminista con una presencia significativa en el discurso mediático. Una de las entrevistadas apunta a que esta reiteración de fuentes está paralizando el debate porque siempre se confrontan las mismas visiones y argumentos, lo que bloquea el debate y el avance de las controversias.

“Hay un momento en que si siempre se acude a los mismos portavoces, se frustra el debate, siempre están las mismas portavoces de organizaciones abolicionistas y pro-regulación, se conocen, ya están peleadas y para el oyente y para el lector es muy frustrante porque ves que no hay posibilidad de acercamiento, por lo que creo que la cuestión es que hablen ellas (las mujeres), no los portavoces.” S3

Sólo los periodistas especializados ponen especial atención al cuidado de las fuentes. Este trabajo continuo, riguroso y cercano con las fuentes especializadas, por una parte permite cuestionar la fuente oficial y por otro rompe la barrera entre los periodistas y las mujeres, sobre todo, con las mujeres víctimas de trata. Los periodistas especializados citan entre sus fuentes además de las mencionadas a Proyecto Esperanza, Fundación Amaranta, Médicos del Mundo, ACCEM, Women’s Link y la Red Española contra la Trata que las agrupa o investigadoras especializadas como Helena Maleno.

“Desde el año 2000, hemos recorrido el África occidental, a veces colaborando con otros medios y todo ese proceso nos va dando una serie de fuentes que hace que estemos mejor posicionados a la hora de explicar lo que sucede, no nos quedamos con las declaraciones oficiales solamente.(...) Al final de estas redes, el flujo de información que recibimos es muy potente y son estas propias organizaciones las que nos alertan de casos en los que la policía española pretende expulsar a mujeres que son claros perfiles de víctimas de trata.” S5

Los periodistas especializados señalan dos aspectos interesantes sobre las organizaciones especializadas como fuentes expertas. El primero es que son estas las que facilitan la formación de los periodistas a través de sus materiales, les dan acceso a las fuentes primarias (víctimas de trata), les apoyan en la orientación de sus informaciones y les aportan datos y casos sobre el terreno. El segundo, es que el trabajo de estas organizaciones sirve de base a los periodistas para cuestionar la situación de las administraciones e instituciones públicas en España, en las que aún queda mucho por hacer en la lucha contra la trata.

“La segunda dificultad (en el trabajo de cobertura sobre la trata) es que a nivel institucional estamos en pañales, estamos sin desarrollar los reglamentos, el Ministerio que tiene que dar medidas de protección, la policía tiene que identificar a las víctimas, los trabajadores de distintos centros, etc. Están en pañales con respecto a la identificación y muchas veces cuando hablas de trata tu interlocutor no sabe a lo que te refieres, has sido informado por alguna de tus fuentes de que hay un caso en un centro, puedes intentar averiguarlo y salvo que des con la persona que sí sabe sobre esto -por ejemplo, Cruz Roja ha mejorado mucho su circuito de formación interna-, el resto la considera una nigeriana más que cruza en la patera. No saben identificar los casos, así que al periodista salvo que tú tengas fuentes especializadas y tengas conocimiento de quienes saben de esto no es fácil, ubicar un caso interesante de víctima de trata.” S5

Queda claro que si el periodista no tiene formación específica, difícilmente podrá articular un criterio propio ni sobre el debate en torno a la prostitución, ni sobre las condiciones en las que se afronta en España la lucha contra la trata. Por eso es tan **importante abordar la cuestión de la especialización y la formación en la actividad periodística.**

5.8.3. ¿Cómo se especializan las y los periodistas en el asunto de la prostitución y la trata?

Sobre la formación en torno a estos asuntos hay dos visiones enfrentadas: unos defienden la importancia de la especialización constante mediante una estrategia activa y otros afirman que la formación necesaria para cubrir estos asuntos se adquiere “sobre la marcha” a través de la práctica diaria.

En el caso de los periodistas no especializados, toda la información que se maneja proviene de las fuentes institucionales y la documentación que se consulta suele ser muy restringida:

“Vas aprendiendo según vas haciendo la información y te vas aprendiendo si el Ayuntamiento de Madrid tiene algún plan para proteger a las personas. Te lo aprendes sobre la marcha”. S1

“No tengo ninguna formación previa, la adquirí de los protagonistas de la historia, de los informes de las ONG y de la información oficial que tiene el gobierno.” S2

“Formación al margen de lo que te ofrece el trabajo y la experiencia no tengo, manejo informes de las asociaciones y testimonios.” S4

La mayoría no sabe de manera exacta cuál es la legislación sobre la trata, ni conoce la existencia de planes institucionales, ya sean nacionales o locales. También desconocen cómo funcionan los mecanismos de denuncia (sólo les suena de oídas que hay un número de teléfono de atención a las víctimas de trata), y cuáles son los obstáculos que afrontan las mujeres, qué diferencia hay entre los delitos de tráfico y trata, qué relación existen entre la trata y el asilo, etc.

Algunos entrevistados critican que la profesión periodística no incorpora la formación continua y la especialización, no solo como un valor sino como una responsabilidad.

“En la Facultad no nos enseñan que hay que estar constantemente formándose, reciclándose, terminamos la carrera, nunca se nos plantea que tenemos que seguir con cursillos especializados. Si haces estos temas sí te das cuenta, por la relación con las ONG (...) porque son las grandes generadoras de metodología. (...) Los periodistas no estamos acostumbrados a consultar publicaciones académicas.” S3

“Este asunto como cualquier otro requiere una preparación, vamos y cubrimos porque yo lo valgo y porque soy superperiodista y le voy a intentar sacar todo para hacer un historión de esta chica. No, prepáratelo, antes de ir tienes que hablar con las personas, saber quién es, que circunstancias vitales ha tenido, que es la trata, si no tienes ni idea busca organizaciones que te ayuden a documentarte, ese es el protocolo, ese es el sentido común. No puedes ir como enviado espacial, no puedes hablar sin más y quien se crea esto va por muy mal camino.” S5

No obstante, también es cierto a este respecto que las condiciones de trabajo impiden dedicar tiempo a esta actividad, ya que la cobertura diaria dificulta tener tiempo para la lectura, asistencia a congresos, cursos y seminarios o la participación en redes de intercambio.

“La dinámica de los medios tradicionales hace muy difícil que los periodistas se formen, si tengo que hacer al día 12 noticias en una agencia, es bastante difícil que me pueda formar en nada. Si tengo que ir a tres ruedas prensa y hacer los cortes en la radio, no podré.... Así que hay que apelar a la formación pero también ser realista. En mi caso, si tengo que hacer un tema sé que un tercio es de formación, antes y después.” S3

“Si existieran posibilidades habría formación, pero creo que con las condiciones económicas ahora de los medios ni de coña. Los medios deberían ayudar a los periodistas que estén especializándose en el área que sea a tener una mejor formación porque la calidad de la información va a ser infinitamente mejor si sabes de lo que estás hablando que de hablar de oídas, citar fuentes e ir a toda pastilla resolviendo historias del día a día, no, tienes que tener un background.” S5

Unos y otros consideran que tener información sobre prostitución y trata resultaría interesante – aunque no para todos sea imprescindible. Para aquellos que cubren este asunto entre otros, la formación parece equipararse a manejo de información y valoran, fundamentalmente, el uso del sentido común para tratar a las víctimas y abordar situaciones complejas:

“Si tuviéramos la posibilidad o la manera de tener más conocimientos, o más background, conociendo la ley, las asociaciones. Imprescindible para el trabajo del día a día, no. Interesante sí.” S1

“La formación nunca viene mal en ningún aspecto, porque tengo un conocimiento muy vago de la ley.” S4

“Hombre, es como todo, cuanto más sepas sobre un tema y más preparado estés mejor lo vas a hacer pero también tienes tus limitaciones. No podría escribir dedicándome exclusivamente a prostitución, hay que economizar recursos. ...He escrito de situaciones complicadas. En este caso, lo he tratado como en los demás, tratando con respeto a la gente, abordándoles, tratándoles de explicar que pueden confiar en ti y tratando de absorber y digerir toda la documentación del tema antes de escribir. Pero no de una manera especial.” S2

Por el contrario, los periodistas especializados dan por hecho el manejo de todo tipo de fuentes documentales y se refieren al proceso formativo de modo mucho más amplio y reflexivo, que no sólo se restringe a datos y conceptos, sino que cubre aspectos prácticos, por ejemplo, sobre cómo debe ser la relación con las víctimas y una profundización en los contextos migratorios:

“Me formé con investigaciones de la Escuela de Trabajo Social sobre dinámicas de acercamiento. Médicos del Mundo, APRAM, ACCEM tienen manuales que te dan un marco para entenderlo y en el Informe de Médicos del Mundo para entender la trata tienen una guía para periodistas súper interesante y te dice: siempre piensa como le va a afectar a esa persona la pregunta y si para ella va a ser de utilidad más allá de lo que sea para ti como periodistas.”

Consulté publicaciones académicas de trabajadores sociales, porque conocen las dificultades de los contextos, por ejemplo, como es la familia, ya que según las nacionalidades tendrás que ir dando vueltas hasta llegar ahí.” S3

“Todos los periodistas tienen que formarse y cuanto más especializado más todavía, si quieres dedicarte a inmigración y trata tienes que conocer la ley de extranjería, la ley de asilo, el lenguaje jurídico, que convenios internacionales tiene firmados España en este asunto y cuáles cumple y cuáles no, te tienes que informar. Lo he hecho de manera autodidacta y con el ejercicio de la práctica.” S5

En principio, todos los periodistas se lamentan de la falta de tiempo y de apoyo por parte de los jefes para incluir estas acciones dentro de las tareas periodísticas. Aquellos que no están especializados preferirían acudir a seminarios presenciales como parte de sus horarios de trabajo. Este tipo de encuentro sería una vía para ampliar sus fuentes, es decir, el trabajo de contrastación y búsqueda de pluralidad de voces –que hoy es aún deficitario–, podría impulsarse a partir de la formación organizada por las instituciones y organizaciones implicadas en la prostitución y la trata.

“Estaría bien un seminario presencial, que expertos te contasen la legislación, que te contasen que supone para las mujeres estar así, asociaciones especializadas, aprender más cosas para que cuando escribas tengas más conocimiento de causa. Pero en el día a día nos comen los horarios.” S1

El periodista que ya cuenta con una formación básica la amplía mediante la lectura de los informes y el estudio de la normativa vigente.

“Cuando han caído en mis manos informes, monográficos sobre el tema, me lo leo, intento aprender de ello. Estoy siempre al tanto de lo que se publica e intento aprender cada día que no es fácil, para intentar hacerlo lo más correctamente posible.” S5

5.8.4. ¿Hay protocolos o directrices específicas en los medios?

La mayoría de los periodistas afirma que no existen en sus medios directrices específicas sobre la línea editorial aplicables específicamente a este asunto. No hay protocolos en la elección del vocabulario, ni en la estructuración de las noticias, ni en la relación con las fuentes más allá del que se plantee para el medio en su conjunto. Por ejemplo, en las agencias se privilegia la escritura objetiva y la atribución de datos y afirmaciones a las fuentes. Por otra parte, los periodistas hablan en términos genéricos de aplicar las reglas básicas de respeto a las víctimas, sobre todo, en lo que se refiere a la garantía de anonimato o no dar prioridad a las nacionalidades si no son relevantes para no activar estereotipos racistas, de modo innecesario.

“Siempre tenemos mucho cuidado, con las víctimas tenemos mucha delicadeza, se intenta mantener respeto a las víctimas, no se suelen poner iniciales, de las chicas nunca, si la policía a veces no nos dice ni la provincia por si sigue habiendo alguien del grupo no tome represalias.” S1

Se reconocen cambios menores en la edición, que ya comentamos en el apartado dedicado a la metáfora sobre el oficio más viejo del mundo:

“En edición incluyeron una expresión que a mí no me gusta mucho, que empezaba el párrafo con un texto y le añadieron: el oficio más antiguo del mundo. Que es una cosa bastante cañí y que yo no habría escrito así, no me gustó mucho. Pero no era nada para modificar contenido

ni nada así, sino que fue algo que añadieron quien fuera que lo editase que pensó que quedaría bien así y a mí me disgustó un poquito.” S2

La mayoría de los entrevistados no han reflexionado sobre el uso del lenguaje en este ámbito específico, bien lo emplean de modo convencional sin tener especial cuidado o bien se limitan a citar las declaraciones de las fuentes; sin embargo, todos ellos son conscientes de la repercusión que puede tener el uso de unos u otros términos. El punto de partida para todos es tratar de evitar los términos prejuiciosos y machistas de forma general y a partir de ahí las reflexiones van adquiriendo mayor profundidad. Algunos consideran que recoger las declaraciones de las fuentes de modo distanciado es suficiente, para otros el periodista también es responsable de estos usos del lenguaje y debe conocer las perspectivas implicadas en unos u otros términos.

“La agencia no se posiciona, tienes que contar con varias opiniones y fuentes y no caer en el amarillismo” S4

“Todo tiene un contexto, la manera en que se escriba, la intención, contar la realidad de una manera u otra, esto de la objetividad plena es una milonga, depende de la intención que le quieras trasladar en tu trabajo sobre la trata vas a utilizar un compendio de términos y de frases que te va a llegar a un lugar.” S5

Algunos periodistas establecieron la comparación con el tratamiento informativo de la violencia de género o con el de la inmigración. En este último caso, desde hace algunos años, la profesión periodística llegó a ciertos acuerdos sobre el uso de conceptos, el enfoque y la estructura de las noticias; se generalizó el uso de violencia de género o machista, se incluyó un enfoque que desplazaba el foco de la víctima al agresor, se empezaron a contextualizar las víctimas mediante los recuentos anuales y además se incentivó la denuncia entre las víctimas y la población general, mediante la inclusión del teléfono de atención. Varios entrevistados coinciden en señalar que estos acuerdos han sido muy útiles para orientar el trabajo periodístico y que podrían serlo también para mejorar las coberturas sobre la trata con fines de explotación sexual. Apuntan a que podrían articularse convenios promovidos por las Administraciones Públicas que ayudaran a concienciar al conjunto de los medios y las plantillas y que no dependiera en exclusiva de la sensibilidad de un periodista particular.

“Tarde o temprano saldrá un protocolo de uso del lenguaje, ya se han hecho glosarios sobre inmigración. Sin ir más lejos aquí ayer se hizo una información en la que se usaba el término trata de blancas cuando está totalmente desterrado. Los conceptos arcaicos, el lenguaje manido siguen permaneciendo. Sería muy útil hacerlo y que los periodistas se lo leyeran.” S5

Aunque, como hemos visto en el análisis, el empleo de términos novedosos como tráfico, trata, mujer prostituida, prostituidores, explotadores, etc. no es habitual en los medios españoles, los términos de esta perspectiva se van incorporando paulatinamente, a través de las declaraciones de ciertas fuentes y mediante los artículos de opinión.

“Si las portavoces abogadas, juristas, expertas en ciencias sociales van usando una serie de términos porque interesa que sean vistos de esa manera, porque tienen intención, yo los uso. Me fio de lo que dicen los portavoces autorizados, no de lo que yo pueda pensar y cuando tengo dudas no me duelen prendas en preguntar, oye ustedes usan este término, creen que tiene alguna connotación positiva o negativa.” S5

Aunque muchos se escudan en la estrategia de la cita y el uso de las comillas, los profesionales de la información que se comprometen con la explicación de este fenómeno tienen que afrontar el

conflicto que supone manejarse entre dos perspectivas, cada una de las cuales utiliza un conjunto de conceptos, imágenes, maneras de nombrar la realidad que la encuadran y orientan de un modo preciso. Hay una distancia evidente entre las connotaciones asociadas a las palabras: prostituidor y cliente a la hora de definir la figura del demandante de prostitución; como las hay entre puta, prostituta, trabajadora sexual o mujer prostituida.

“Utilizo los dos tipos de lenguaje conscientemente para que estén presentes las dos corrientes de opinión porque no me decanto por ninguna. Por eso digo prostituidor y cliente, por eso digo prostituta y mujer prostituida, porque me parece importante ponerlo sobre la mesa. Además va a depender mucho del relato, es relativo, prefiero utilizarlos todos. Al principio era abolicionista pero cuando empecé a trabajar con ellas me di cuenta de que qué otra opción le damos y quién soy yo para decir que no sea legítima, y luego dices no, soy regulacionista, y al final...no es útil. Estamos en una sociedad en la que todo tiene que ser tan categórico, que tienes que tener las ideas claras y opiniones que cuesta mucho decir: pues no lo sé.” S3

5.8.5. ¿Qué opinan las y los periodistas sobre la cobertura actual en España sobre la prostitución y la trata?

En general, todos señalan como un demérito la centralidad que se concede a la visión policial, porque al aplicar ésta como único enfoque la información queda distante e incompleta y se concentra en exceso sobre los detalles morbosos y violentos del fenómeno. Todos concuerdan en que falta la visión de las mujeres.

“Igual queda una información un poco fría, que se queda sólo en lo policial con todos los detalle, de lo malos que son, de las cosas que hacen y del sufrimiento y calvario que están pasando las mujeres, habría que hablar igual sino con alguna afectada porque sería peligroso, hablar con alguien que ya saliera de ese infierno y que te pudiera dar su opinión de como logró salir, si ahora tiene una vida normal, entre comillas, con un empleo. Igual falta la parte social.” S1

Además critican la orientación machista de las informaciones, por ejemplo, a través del uso de la fotografía:

“Creo que la mayoría de las noticias de trata pueden caer en el machismo, probablemente, si ha caído una red de tráfico con fines de explotación sexual a lo mejor ilustran con la foto de las mujeres de espaldas detenidas y esas mujeres son las víctimas, no las culpables. Creo que se podría mejorar, a lo mejor se debería ilustrar con los detenidos en vez de con las mujeres, con los culpables, con los que han traficados” S4

“La foto que ponen en los periódicos que siempre ponen una mujer vestida exuberante, o seductora que solamente se le ven las piernas en una barra, no hacen nada para construir otro tipo de lenguaje, todo lo contrario. Seguimos transmitiendo la misma imagen que además son fotos que cogen de archivo, que reproducen los esquemas de la prostituta 60-90-60, cuando no son los cuerpos habituales, ni son los más demandados, e incluso mediáticamente estamos en el mismo discurso de mujer modelo y es criminalizar y oscurantista.” S3

La valoración de la cobertura también depende de la opinión personal de los periodistas y sus percepciones, en este sentido, algunos consideran que la cobertura que se realiza está sesgada porque se concede excesivo protagonismo a la trata, desde su punto de vista, estaría sobredimensionada porque no es un fenómeno que tenga el peso que se deriva de su presencia mediática.

“Mi sensación es que se retrata mucho el mundo de las mafias, el mundo de la prostitución por obligación y en España hay decenas de miles de personas que son prostitutas y, no conozco los datos, las estadísticas, pero imagino o supongo que las prostitutas forzadas son una minoría. Digamos forzadas con palizas, maltrato, engaño, no forzadas por sus condiciones económicas. Se hace un retrato un poco deformado de lo que es el sector, digamos que a lo mejor un lector de periódico que no conozca el mundillo puede pensar que suceden cosas que no son tan reales como parecen.” S2

La crítica por parte de los periodistas especializados no se fija en la cobertura sobre el debate en torno a la prostitución, ni en la presencia de relatos sobre prostitución ejercida de modo voluntario, sino en las carencias que se detectan en el relato sobre la trata en los medios.

En primer lugar, la cobertura sobre la trata con fines de explotación sexual no está incorporada en la agenda como un tema de continuidad, sino que responde a estímulos puntuales.

“Siempre se repite el mismo titular, la trata es invisible, no existe, la presencia mediática de la trata en nuestro país es muy pequeña (...) Salvo honrosas excepciones (Desalambre, Periodismo Humano), no hay un seguimiento. La mayoría de las piezas las hacen organizaciones que escriben post alojados en medios especializados sobre asuntos humanitarios, no hay buenos reportajes sobre trata en general, casi siempre son casos escandalosos o aparecen después de una publicación, un informe, etc. Tras esos hechos puntuales se vuelve a generar interés, pero un acercamiento porque sí en profundidad, interesándonos por el perfil de las víctimas, eso no se ve en los medios españoles. No podemos movernos por impulsos. Aunque éste es un mecanismo muy habitual en la prensa española. Se publican ráfagas, fogonazos, de repente hay tres días en los que la trata incluso se editorializa en algunos medios, para desaparecer.” S5

En segundo lugar, se suele mostrar a las mujeres como víctimas y desde una mirada paternalista que les niega su capacidad de decisión y su responsabilidad en la toma de decisiones.

“Siempre las enfocábamos como víctimas, no como supervivientes. Siempre nos quedamos en el momento en que son atrapadas por la red y liberadas por el Estado, pero no en el contexto previo que favorecería que fuesen captadas o que entrasen ellas entrasen en una red sin saber que iba a pasar y todo lo que hacen después de salir de una red de trata que es mucho más interesante. (...) Para el ciudadano o ciudadana cualquiera es mucho más interesante conocer sus habilidades de reponerse y que la ponen mucho más valor y es mucho más inspirador para nosotros.” S3

En tercer lugar, el relato de la explotación sexual, como hemos visto en el análisis de las noticias, carece de contexto, no hay información estructural, no hay explicaciones.

“Aquí como está la prostitución y la sexualidad de por medio se olvida muchas veces que en realidad es una relación de fuerza y que es posible gracias a las relaciones de desigualdad y a un contexto internacional injusto. Cuando ellas hablan del contexto del que proceden y por qué se dio, lo que estás revelando son las causas y esas son también las causas de la desigualdad endémica del planeta. (...) Lo interesante sería hablar con la red, eso sigue siendo un trabajo pendiente. Por ejemplo, en el caso de Nigeria tienen muchos vínculos con lo local, porque en general alguien que vive aquí conoce a su tía que está en Nigeria, en realidad en Nigeria la trata es endémica. La familia y las personas que están aquí entienden que es una forma de economía más y entender esa cuestión es muy útil para entender el fenómeno sin paternalismo.” S3

“La trata es una forma de explotación de la mujer, dentro de la trata hay muchas facetas y una de ellas la explotación sexual y desde mi punto de vista reducir la trata a una mujer prostituida en la casa de campo es demasiado reduccionista. Si no parece que es el típico relato que llegó engañada, luego la prostituyeron. (...) Esto empieza en otros países, son captadas de cierta manera, a veces con el consentimiento de la familia, a veces no, incluso con uso de la magia negra, es decir, hay muchos condicionantes en la captación de las mujeres víctimas de trata. No siempre son explotadas con fines sexuales, también pueden serlo con fines laborales, también hay tráfico de órganos. No se puede reducir a la prostitución, por ejemplo, según la ONU los niños hijos de una mujer víctima de trata son víctimas de trata y eso no se ve en el relato mediático, parece que están en otra película.” S5

Y en cuarto lugar, no se publican prácticamente testimonios de las mujeres que han sido víctimas de una red de explotación sexual, por la dificultad de acceso. Veremos a continuación cómo afrontan este difícil reto los periodistas que trabajan con ellas y qué aspectos destacan como buenas prácticas periodísticas al respecto.

5.8.6. ¿Cómo establecer la relación con las víctimas de trata?

Todos los profesionales entrevistados son conscientes de la responsabilidad social de los medios, aunque algunos la matizan que, al fin y al cabo, los medios no tienen capacidad de decisión política, la mayoría reconoce la influencia y el impacto que pueden llegar a tener las informaciones. Habitualmente, cuando se piensa en los receptores del relato informativo se suele hacer mención a la ciudadanía en general, sin embargo nos ha llamado la atención el hecho de que varios entrevistados hayan señalado la importancia que este relato tiene para las propias víctimas. El modo más directo y sencillo de incidencia sobre las mujeres víctimas es dándoles a conocer las oportunidades para denunciar.

“Los medios siempre tienen responsabilidad de informar de la manera más objetiva posible y que la sociedad se conciente y si hay alguna chica a la que le pueda llegar la información que sepa que si denuncian puedo salir aquí.” S1

Al margen de esto, hay una reflexión más profunda e interesante sobre la labor de los medios que nos brinda una de las periodistas especializadas. Para ella, **el relato mediático puede ser un instrumento de reparación para las mujeres**, en primer lugar porque les ayuda a reconstruir su imagen como sujetos legítimos dotados de fortaleza; y en segundo lugar, porque a través de estas narraciones se estaría llevando a cabo una especie de reparación social, un acto de justicia devolviéndoles un espacio en la esfera pública que la explotación y violación de derechos humanos les robó. Como apuntamos más arriba, la consulta y relación con fuentes expertas no sólo proporciona datos, sino que permite al periodista ser reflexivo y autocrítico con respecto a su propio trabajo, y tomar conciencia de la responsabilidad de los medios en relación a este asunto.

“A partir de las conversaciones con las psicólogas, abogados, trabajadores sociales y de todas las críticas como abordábamos los periodistas la trata fue cuando me di cuenta de la capacidad de transformación, de cómo podía trabajar con ellas para que el enfoque sea más justo. (...) El enfoque de fortaleza es fundamental, que cuando estés haciendo la entrevista, los cortes de video o el reportaje que hagas esté enfocado en cómo esa persona respondió a los obstáculos y como los superó, más que cómo sus derechos fueron vulnerados, eso se relata, pero siempre la pregunta después es cómo te sobrepusiste a ello. (...) Cuando las mujeres son receptoras del mensaje mediático también sirve mucho para su recuperación porque el reflejo de sí mismas es de mujeres con mucha fortaleza y con una capacidad de supervivencia brutal. (...) Si ellas lo explican va a ser muy revelador con el espectador y también muy justo para la mujer el no

quedarte en 'me violaron 30 veces y me provocaron un aborto forzoso'. (...) Además, para el ciudadano o ciudadana cualquiera es mucho más interesante conocer sus habilidades de reponerse, la ponen mucho más valor y es mucho más inspirador para nosotros.” S3

Esta orientación ha dado pie a trabajos de colaboración en los que el periodismo se entremezcla con el trabajo social, como comenta esta periodista:

“En la organización con la que colaboro hay un proyecto para documentar las historias de vida de las mujeres que están en su residencia, pero con el enfoque de contar cómo era su infancia, como era el contexto que favorecía esta clase de explotación y pasando por encima, es decir, sin hacer hincapié en cuantas veces te violaron en el tránsito migratorio, pero luego haciendo hincapié en como ellas sobrevivieron. Ellas lo ven y sirve mucho para entender que no son las únicas, para favorecer la convivencia con sus compañeras y para aprender otras formas de narrarlo.” S3

El objetivo es mostrar las historias y los testimonios desde un enfoque de fortaleza, hablar de la supervivencia y la lucha, no de la denigración y la violencia sufrida. Pero, ¿cómo aproximarse a estas mujeres? ¿Cuáles son las claves para construir una relación de confianza? La espera, el respeto y la no instrumentalización de las mujeres son alguna de estas claves. No se puede dialogar, establecer una relación sin pasar tiempo con otra persona, y ese “pasar tiempo” implica, sin duda, la conciencia de una reciprocidad.

“La experiencia te hace saber que una entrevista con una víctima de trata puede que la hagas en una tarde o puede que no la hagas en dos meses, y que la tendrás que ir a ver varias veces hasta que un día te cuente. He aprendido a acercarme a las víctimas a través de la práctica, después de tantos años hablando con gente en circunstancias muy complicadas, inmigrantes que acaban de perder a un familiar o que acaban de naufragar,....aprendes ante todo a escuchar, a esperar. A esperar el momento adecuado para hablar, no puedes llegar allí y sacar la alcachofa y preguntar ¿qué te ha pasado?, ¿te violaron? No puedes ir a matabalbo, a intentar que una mujer se abra ante ti y te cuente su vida. Recuerdo una vez en el norte de México, en la ruta hacia EEUU, una chica hondureña estuvo cuatro horas contándome su vida llorando y yo no hice ni una sola pregunta, ni una. Eso va a depender de cada víctima, del momento que te la encuentres, de tener un mínimo de sentido común y de sensibilidad, no vas nunca a una mujer en estas circunstancias para ir a buscar el detalle que a lo mejor no interesa para el relato.” S5

Desde el punto de vista práctico, estos profesionales vuelven a reiterar la importancia de la formación, de estar preparado para saber qué es lo verdaderamente importante de esos testimonios. Así mismo, recuerdan lo trascendente de mantener una relación ética en la que se activen los sentimientos morales básicos hacia el otro: la empatía, el respeto y el cuidado.

“Preparación, contexto y a partir de ahí ponerte delante de una persona cuyas circunstancias vitales hacen que tu extremes tu profesionalidad como periodista y no preguntes chorradas, ni generes más sufrimiento a esa persona, por tus preguntas más o menos desafortunadas.” S5

Dentro de ese contexto de respeto, cuidado y protección a las víctimas, los periodistas con experiencia aconsejan permitir a las fuentes que revisen sus testimonios tiempo después, una práctica que no suele encajar con los tiempos vertiginosos y a menudo irreflexivos que caracterizan la producción de información de actualidad y que toma en consideración la condición de vulnerabilidad de estas mujeres y el hecho de que no son fuentes expertas.

“Antes de publicarlo yo lo dejaría una semanita y si no es posible al menos yo se lo enseñaría a ellas y saber cuál es su opinión, porque hay un momento en que ellas empiezan a sentirse muy cómodas contigo, (porque nadie se ha interesado por esa situación que han vivido y todos necesitamos sentir empatía y que nos reconozcan como humanos por el dolor que se ha generado), entonces se corre el riesgo de que al sentirse cómoda en ese momento cuenten cosas de las que puedan arrepentirse después. Y tampoco es justo. Por eso creo que una vez que está elaborado, mostrárselo, explicárselo, por si hay algo que no quiera que salga. Tampoco somos cameladores, ellas deben ser conscientes y tampoco están acostumbradas a crear el relato de su propia historia, y pueden salir cosas de las que luego se arrepientan.” S3

Otro aspecto práctico fundamental es la seguridad, ser conscientes del peligro que están asumiendo estas mujeres. Los periodistas que deciden hablar con víctimas o con mujeres que ejercen la prostitución y pueden ser castigadas por ello, como sucede en otros países, son plenamente conscientes del riesgo que ellas asumen al confiar en el periodista, por lo que extreman las medidas de seguridad para garantizar el pleno anonimato de las fuentes. Las fórmulas para proteger a las mujeres en el marco de una relación periodística tendrían que ser parte de la formación de un periodismo especializado que se ocupe de la trata y la prostitución en contextos sancionadores o con riesgos criminales.

“Es difícil convencer a la gente de que hable, porque tiene miedo. Concretamente en el caso de la reeducación. No muchas prostitutas están dispuestas a hablar porque pueden tener represalias, ... tienen miedo. Yo lo que trato es de asegurarles el anonimato, que no va a haber fotos obviamente y que pueden estar tranquilas hablando conmigo. También es un riesgo porque aquí muchos periodistas tenemos las comunicaciones intervenidas y siempre hay un cierto riesgo, contactar a través del móvil y que la puedan localizar después. En mi caso, no me han llegado noticias y pienso que no ha habido problemas. Y es un riesgo que hay que tener en cuenta.” S2

“Y luego el tema de la seguridad, si vas a hacer temas de trata tienes que estar en contacto, no hace falta que sea el abogado de una organización, pero sí alguien que maneje mucho cuáles son los aspectos que la red puede identificar. Lógicamente tengo las entrevistas con seudónimo en un disco duro que se corresponde a otro número en otro disco duro. Que nadie va a violar mi hogar, ni me va a robar los discos duros... pero nunca se sabe, porque estas mujeres están en riesgo, sobre todo, las que han emprendido procesos judiciales.” S3

Es una responsabilidad del profesional periodista cubrir con estas medidas de seguridad, en primer lugar para asegurar la integridad de las víctimas y evitar que éstas sean localizadas y en segundo lugar, porque en caso de no hacerlo, esta falta de profesionalidad no sólo afectará al periodista de manera individual, sino que generará un clima de mayor desconfianza entre periodistas, organizaciones y víctimas.

“Nosotros trabajamos con ellas de mano de las organizaciones y si frustramos y vulneramos la confianza eso va a perjudicar el trabajo de otros periodistas, porque si se sienten engañados.... Así que después (de hacer la entrevista) hablarlo con la víctima y la organización porque ellos pueden identificar algo que para ti es insignificante, pero que pueda dar una pista a un tratante o al dueño de un prostíbulo que conoce a esa chica. (...) O cuando han rehecho su vida, que no puedan identificarlas sus nuevas familias.” S3

Una estrategia imprescindible para preservar el anonimato es no mostrar los rostros de las víctimas y distorsionar su voz. Si bien esto es una cuestión ineludible, puede tener efectos sobre los lectores

y espectador por las connotaciones negativas que suelen asociarse a este tipo de prácticas representacionales.

“Ofrecemos distorsionar la voz para que no las identifiquen, si lo desean para proteger el anonimato. Puede parecer que si distorsionas el testimonio se trata de gente que está huyendo y no quiere dar la cara del todo, puede ser un mensaje que llegue...pero yo creo que en este caso bien explicado no debería haber problema.” S5

“Las dinámicas de los medios han sido tan irreflexivas en general porque se reproduce y ya no se sabe por qué. ‘A la prostituta acuérdate de pixelarla’. Además en muchas ocasiones no se explica que están pixeladas por razones de seguridad, porque no es solamente por la cuestión de derecho al honor. Si lees el periódico y no sabes el riesgo que corren, puedes pensar que es igual que cuando pixelan a los niños, el derecho a la intimidad, y todavía es más raro...desorienta mucho y solo sirve para crear más ruido y más oscurantismo.” S3

Las voces distorsionadas, la imagen de espaldas, los rostros pixelados o los claroscuros no ayudan a generar empatía hacia estas mujeres, establecen esa barrera que mencionamos en el análisis entre ellas y nosotros. Una parte de esta representación se alinea con los imaginarios oscurantistas, invisibles y criminalizados sobre la prostitución. Por ello, algunos profesionales están explorando otras formas de narrar y de mostrar estas experiencias, tanto en lo que se refiere a la fotografía como a la producción audiovisual. En cuanto a la fotografía se apuesta por la infografía informativa y la ilustración o bien fotografías que reflejen la cotidianidad, la condición ciudadana, lo común y compartido que ellas tienen con los receptores de la información, también podrían ser válidas fotografías de tipo conceptual, que elaborarán metáforas a través de objetos, espacios, escritos, etc.

“Deberíamos utilizar mucha más infografía para emplear esos espacios, usar mapas de desigualdad en lugar de esas fotos, mapas de los lugares de donde vienen esas mujeres para que la gente aprendamos geografía y sepamos de donde vienen nuestras vecinas e ilustraciones que a veces pueden ser más explicativas. Si son fotografías que respeten la identidad, que sean fotografías de su vida cotidiana que pueden estar haciendo la compra en el supermercado, mujeres de espaldas que va a dar igual, pero en el supermercado o en la mercería. Porque somos todas, porque vestidas así cualquiera podríamos ser prostituidas un sábado por la noche en una barra. Siempre esa mujer que te tienta, es el estereotipo que pone al hombre en una posición de seducido. Pues no, son ciudadanas normales.” S3

En lo que respecta a la producción audiovisual parece complicado encontrar un encuadre, un modo satisfactorio de ofrecer los testimonios en primera persona. Una de las entrevistadas describe aquello con lo que está experimentando, dentro de un proyecto que ya hemos mencionado de larga duración en contacto con víctimas de trata:

“En el video acabas poniendo a la persona pixelada, la voz distorsionada...por eso vamos a intentarlo hacer de otra manera. ¿Por qué vamos a seguir haciéndolo del mismo modo que hace 20 años? Si estamos viendo que no conseguimos sensibilización, porque si estuviésemos sensibilizados habría más denuncias y a los prostituidores o clientes no estamos llegando, pues vamos a seguir cambiando de fórmula. (...) Lo hago todo en video, no salen ellas, solo salen sus manos. En lugar del blanco y negro (...) que pensé que daba una imagen oscurantista, ahora uso colores más pálidos. Además, el hecho de que todas las personas muevan las manos le da mucho más ritmo y es más artístico por el color, por lo que está enfocado. Luego, son cosas más lentas, empezando en la infancia, en la familia, si han vuelto a retomar el contacto. Y además vuelvo a hablar con ellas un año después, porque está todo el proceso de las que

han estado en una institución salen a un piso tutelado, de ahí salen a un piso alquilado por ellas mismas, etc.” S3

5.8.7. ¿En qué otros aspectos podrían incidir los medios?

A lo largo del análisis del relato informativo, hemos visto como la prostitución y su reglamentación constituye un marco de sentido por sí mismo, mientras que en el caso de la trata se suele hacer la conexión con los fenómenos migratorios. ¿Con qué otros marcos interpretativos podrían vincularse estas informaciones?

Uno de los más claros parece ser la violencia de género, pero ¿perciben los periodistas que estos asuntos tengan relación con la violencia machista? Sobre este punto, hay varias posiciones, desde los que nunca antes lo habían pensado, a los que trabajan desde una visión restrictiva del concepto (basada en la Ley Integral contra la Violencia de Género), hasta los que creen que debería hacerse una lectura más amplia del término violencia de género para incluir en ella a las mujeres que ejercen la prostitución. Este último planteamiento considera que si los periodistas desplazan el marco de sentido y flexibilizan el concepto de violencia de género, servirán para un cambio más profundo en la esfera pública que acabe afectando al diseño de las políticas y, por supuesto a la percepción social. Veamos los ejemplos en orden:

“No sé, la verdad, yo creo que si son asuntos diferentes me da a mí la impresión, de pronto, no le veo tanta relación”S2

“La violencia machista está clarísima, es una mujer que es víctima clara porque tiene un marido, un ex marido, un novio que la quiere matar, la pega, pero claro en la prostitución claro es que a lo mejor estás ahí ejerciendo porque quieres, ganas un dinero no (tienes posibilidad de dedicarte a otra cosa y oye a lo mejor pues por lo que sea, valoras compensas entonces claro), vemos el vínculo empresaria. Y luego no, hay mujeres que están obligadas claramente que son esclavas, pero otras no. Entonces, ¿todas son víctimas de violencia y vamos a aplicarlo igual? Implica machismo, sí, porque están vendiendo el cuerpo de una mujer, porque es mujer, porque lo quieren hombres, pero tanto como para llamarlo violencia machista no lo tengo yo tan claro.”S1

“Y una cosa que me parece mal, y que los periodistas hacemos, es lanzar el mensaje de que las prostitutas asesinadas no son víctimas de violencia machista, porque me parece de un clasismo que tengamos el recuento de nuestras víctimas de sus ex parejas, aunque la relación haya sido de un mes, y que las prostitutas sean asesinadas por sus parejas sexuales o el que pillan por ahí y no aparezcan en ningún sitio. Cuando está claro que son violencia machista, que no estén en los recuentos... Y eso lo está reclamando mucha gente y los periodistas no nos estamos haciendo eco y al final somos los que podemos conseguir que algo que no existe como discurso termine siendo políticamente correcto. Y es el paso previo para que se legisle, haya políticas públicas, etc. Y es que estas mujeres mueren y no le importa a nadie. Y no les importan porque no están en ese recuento.” S3

Otra dimensión donde los medios pueden incidir más es en la información local. *“Son los que tienen más capacidad de influencia porque son los que pueden contar la historia de los prostíbulos locales, podría hacerse un mapeo de los prostíbulos locales pero es que tienen muchísima publicidad los sitios de prostitución.”S3* Los periodistas locales no solo podrían conocer sobre el terreno los prostíbulos de cada zona, sino entrar en contacto con las mujeres. Sin embargo, en estos medios hay muchas menos posibilidades de especialización y de acceso a recursos formativos, dado que la mayor parte se centraliza en Madrid.

Una laguna detectada en el análisis ha sido el enfoque sobre los clientes. Rara vez los periodistas lo perciben como un actor protagonista y cuando lo han considerado han visto las dificultades de acceder a un testimonio pertinente para el discurso informativo. Sin embargo, no descartan por completo la importancia de incorporarlo al enfoque, aunque aún no está claro de qué modo podría hacerse. De momento, está claro que los demandantes de prostitución deben de ser unos de los destinatarios directos de la información sobre trata.

“En el tema de prevención de trata hay que concienciar a los usuarios de prostitución porque son los primeros que pueden dar la voz de alarma, muchos de los casos de víctimas de trata son denunciados por prostituidores. Hay que llegar a ellos, hay muchos hombres que prostituyen, pero que no saben que esa mujer pueda estar en esas condiciones y algunos cuando lo saben denuncian.” S3

“Evidentemente si esto existe es porque hay clientela y si se mueve tanto dinero y las redes son capaces de urdir tantas estrategias para traer chicas (que pueden ser los perfiles que en un determinado momento demande el mercado) es porque hay una clientela que genera un impulso, una demanda y que genera condicionantes en la trata. ¿Qué deberíamos hablar de los clientes como demandantes? Pues sí, a lo mejor deberíamos hacer un trabajo sobre si los clientes saben realmente en qué condiciones están las mujeres o no. (...) Es más fácil ubicar a un malo externo, un traficante de mujeres, (...) que ubicar a clientes que son cómplices de la rueda. Hace poco he entrevistado a una mujer mexicana que ha conseguido asilo como víctima de trata, ella era muy dura en el mensaje de los clientes, decía piense usted si fuese su hija, su hermana, su abuela, su madre, y entonces no lo haría. Ese tipo de mensaje que parece tan simple, pero dicho por parte de una mujer que se emocionaba y que aludía a sus clientes que iban a satisfacer sus fantasías o a veces sus locuras con mujeres que están siendo explotadas, merece una reflexión y a lo mejor los medios tenemos que empezar a apuntar al cliente como parte cómplice de esta rueda que acaba explotando a las mujeres.” S5

Como dijimos al comienzo de este apartado, ni la prostitución ni la trata son asuntos estables ni significativos dentro de las agendas informativas. A los lectores no les interesan, en principio, leer sobre estos asuntos que suelen captar la atención de las personas ya sensibilizadas. Ante estas expectativas los medios suelen restringir el espacio dedicado a estos temas. No obstante, en opinión de una de las periodistas entrevistadas, se están desaprovechando las oportunidades que concede internet a la hora de captar nuevos lectores a través de los distintos niveles de lectura.

“Se sigue desaprovechando las posibilidades que da internet y aprovechar los distintos niveles de lectura que puede tener el lector. Yo entiendo que hay muchos medios de los nuevos que saben que la noticia que tenga 800 o 1000 palabras va a ser más leída porque no se apabulla al lector, pero entonces apuesto para determinados temas como estos por hacer capítulos, porque si no es muy difícil que quede un trabajo que perdure en el tiempo y que pueda aportar algo más.” S3

La última estrategia que rescatamos de las entrevistas y que demuestra ser muy eficaz es la reiteración. Como explicábamos en el marco teórico, la repetición, aunque sea de pequeñas noticias que mencionen rasgos, pinceladas, breves aproximaciones a un fenómeno complejo favorece que estos asuntos empiecen a tener cabida en nuestro espacio cotidiano. Pero se trata no de que lo publicado nos aleje, presente a las mujeres como “otras” radicalmente diferentes y más aún subalternas, estigmatizadas, sino como ciudadanas, sujetos de pleno derecho que, en la mayor parte de los casos, viven en condiciones de vulnerabilidad, desigualdad estructural y violencia.

“Los medios tienen la capacidad de poner en común, porque estas mujeres al final son nuestras vecinas, ponerle rostro a quienes son los migrantes económicos, que también pueden ser víctimas de trata, fomenta la convivencia, entonces yo creo que igual que contamos 20 veces lo que dice un político aunque no diga nada, hay que empezar a darse cuenta de que esto es noticia que no tiene que salir en el medio impreso porque ya se sabe desde el día anterior, y dedicar más espacio a temas estructurales como son estos. En ese sentido, la reiteración funciona muy bien, y los periodistas sabemos hacerlo muy bien repetir, repetir, repetir hasta conseguir visibilizarlo y que sea imposible obviarlo.” S3

5.8.8. ¿Qué perspectiva mantienen las y los periodistas sobre la prostitución?

Para acabar este repaso a la voz de los periodistas, nos detendremos sobre su opinión personal sobre el debate en torno a la prostitución. Comparten una posición ambigua y coinciden precisamente en no tenerlo claro, aunque por diversas razones. En general, una primera respuesta siempre habla de la legalización y la prostitución voluntaria, sin embargo, en un segundo momento aparecen los matices, sobre todo, teniendo en cuenta que durante la entrevista se ha estado hablando sobre la trata con fines de explotación sexual y no es difícil ignorarla a la hora de construir los argumentos.

Algunos apostarían por la legalización, pero son incapaces de imaginar cómo podríamos aceptar una sociedad que aceptase abiertamente la venta del cuerpo de las mujeres, es decir, el modelo en el nivel de los argumentos cognitivos, choca con conflicto de valores y emociones que generaría la subversión explícita del tabú.

“Ahora ¿en qué medida como sociedad podemos tolerar un comercio sobre el sexo a las claras, es decir, el que paga tiene sexo cuando quiera con todas estas chicas jóvenes, la sociedad queremos aceptar eso? ¿Podemos vivir en un mundo así tan directo, donde se puede comprar todo?, aunque se pueda comprar de manera ilegal en cierta manera está como escondido no es una mercancía así que digamos que es algo que escondemos nos da vergüenza que exista, no tengo una opinión muy clara sobre ello.” S2

“Es que creo que es un debate francamente complicado, porque claro si tú hablas con Hetaira ellas son prostitutas y defienden su trabajo, por otra parte están los informes institucionales como la campaña de Naciones Unidas Corazón azul. Cuando fui a la convocatoria se dio la cifra de que el 90% de la prostitución es de forma forzada. No sé, yo no sabría posicionarme realmente, tendría que pensarlo con más profundidad.” S4

Resulta interesante comprobar que son muchos los periodistas que se han dado cuenta de que el acercamiento al fenómeno les ha hecho cambiar de opinión, matizarla o incluso asumir que son incapaces de tomar una decisión sobre la perspectiva que defienden. En general, el recorrido suele ir desde posiciones legalizadoras hacia abolicionistas para, en ocasiones, dejarlo en suspenso y matizar la perspectiva abolicionista al confirmar que esta perspectiva en teoría se da de bruces con los contextos actuales y las estrategias vitales que estas mujeres tienen a su disposición.

“Si me cambió la idea, sabía que había mujeres explotadas pero pensaba que había un alto porcentaje de gente que lo hacía porque quiere, siempre teniendo en cuenta que porque quiere es aceptar llevar a cabo este trabajo porque no tiene otra cosa, pero me he dado cuenta de que en la mayor parte de los casos, son mujeres que estaban explotadas,....ahora creo que son más víctimas.”S1

“No soy de ninguna de las dos posturas, después de trabajar mucho tiempo con mujeres, decidí que para ellas no era útil, para mí acababa predeterminando cual era la concepción desde la que yo iba a abordar el tema y me parece injusto. (...) Determiné que no me podía decantar en ninguna de las dos posiciones, pero sí me interesa mucho escuchar la voz de las mujeres que están ejerciendo la prostitución. Y porque al final los clientes tienen que saber las posturas de las mujeres con las que mantienen relaciones.” S3

6. LA PROSTITUCIÓN Y LA TRATA DE SERES HUMANOS CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL: EL TRATAMIENTO PUBLICITARIO

6.1. Introducción al tratamiento publicitario

La presencia de anuncios de prostitución en medios de comunicación, fundamentalmente en prensa escrita, ha suscitado una gran controversia en nuestro país a lo largo de las últimas décadas.

Lo cierto es que, no sólo en nuestro país, sino en muchos de nuestro entorno, la publicidad de prostitución o servicios de acompañamiento y de otras actividades conexas (teléfonos eróticos, vídeos eróticos, páginas web, etc.) ha generado un fuerte debate social lo que ha derivado en que buena parte de la prensa considerada *seria* abandone dicha práctica. La excepción clara a esta práctica es la que se produce en nuestro país. **Podría pensarse que la misma tolerancia y aceptación social que hay hacia la prostitución como problema social se hace extensiva también a los anuncios que la promocionan**; de ahí que la publicidad de prostitución se mantenga en la prensa *seria* en España, si bien algunos medios han cambiado el posicionamiento tradicional y han dejado de insertar este tipo de anuncios.

Algunos periódicos (20 Minutos, La Razón, La Voz de Asturias, El Diario de Navarra, El Correo de Andalucía, El Punt Avui o Público), decidieron eliminar este tipo de anuncios de sus páginas aludiendo a que suponía una contradicción por su parte denunciar el negocio de la prostitución y sus prácticas y por otra parte aceptar los ingresos de su publicidad.

No obstante, en términos generales, es cuanto menos difícil regular la publicidad de una actividad alegal, teniendo en cuenta el marco jurídico español. Para los juristas, la conclusión sería que esta publicidad es lícita en la medida en que la actividad que se anuncia también lo sea. Y como ha mostrado el debate durante las últimas décadas, su prohibición plantea serios problemas con respecto a la libertad de expresión. Por el momento, para superar este vacío normativo habría que analizar cada anuncio discriminando de este modo si se pueden retirar o no en función de lo que contengan (imágenes o descripciones vejatorias, tipo de servicio que ofertan, etc.)

No obstante, y pese a las dificultades que plantea el *status quo* de la alegalidad, son varias las campañas e iniciativas que se han dado en España para concienciar sobre la ambivalencia de la prensa y forzar en el medio plazo la prohibición de esta publicidad. Una de las primera acciones surge de la Plataforma Estatal de Organizaciones de Mujeres por la Abolición de la Prostitución que inició una campaña en 2005 bajo el lema “Contra la explotación sexual de las mujeres” con la que se intentó “erradicar de los medios de comunicación la publicidad sobre el consumo sexual de mujeres. Desde entonces se han ido sumando a esta iniciativa otros sectores.

En marzo de 2011, el Consejo de Estado recomendaba al Gobierno de la nación regular la publicidad de servicios sexuales y de prostitución no sólo en la prensa escrita sino en otros medios audiovisuales de comunicación, y contemplar otro tipo de comunicaciones comerciales, por cuanto a juicio de dicho organismo, incurren en discriminación por razón de sexo. Asimismo la comisión responsable recomendó al gobierno “solicitar a los medios de comunicación que, en el marco de sus códigos deontológicos, se plantearan la renuncia a la publicidad relacionada con el comercio sexual para impedir el negocio de las organizaciones mafiosas dedicadas al comercio sexual” dejando la pelota en el campo de los medios. El Consejo de Estado consideró que por la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, siendo la normativa aplicable, *“la regulación vigente resulta insuficiente para prohibir en la prensa escrita, con carácter general, la publicidad de la prostitución. Y ello por varios motivos, a saber: porque no existe una habilitación legal que permita prohibir con carácter general la publicidad de la prostitución y porque tampoco se puede obtener la desaparición general de dicha publicidad mediante ninguno de*

los instrumentos de defensa previstos en la Ley –las solicitudes y acciones de cesación y de rectificación-.” Añadiendo “conviene reiterar que la prostitución voluntaria y libremente ejercida por mayores de edad no constituye una conducta ilícita. Por consiguiente, **siendo lícita la actividad no puede inferirse sin más que su publicidad sea considerada ilícita.** Podrá ser calificada como tal sólo cuando atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución –en especial los consignados en sus artículos 18 y 20.4.”

Desde entonces, y dado que no es posible su prohibición a nivel estatal por ley, los pasos dados en esta dirección han sido decisiones editoriales de medios de comunicación y acuerdos locales a través de las ordenanzas de los Ayuntamientos, que afectan por ejemplo a la distribución de publicidad de prostitución en la vía pública. En relación a esto último, más recientemente, (20 de noviembre de 2013) a nivel estatal, el grupo parlamentario socialista presentó (y fue aprobada) una proposición no de ley “sobre la **eliminación de la publicidad de prostíbulos en los medios de transporte público**, incluido el servicio de taxi.” El argumento su portavoz, la señora Ros Martínez, fue: “El transporte público constituye un servicio público a disposición de la ciudadanía y, como tal, su prestación y buen funcionamiento tanto a nivel de seguridad como también de imagen debe ser supervisada por las administraciones públicas. Ello implica la revisión y control sobre la publicidad comercial que pueden realizar en sus vehículos. En algunas comunidades y provincias todavía hoy se puede comprobar que existe publicidad sexista y de prostíbulos en distintos medios de transporte público, un ejemplo, los taxis.” Sólo se acordó la medida con respecto al transporte público y no afecta al resto de espacios, ni por supuesto a los medios de comunicación.

En Valencia, la ordenanza municipal aprobada en el verano de 2013 **prohíbe taxativamente "la promoción de servicios sexuales en todos los soportes publicitarios existentes** en el término municipal de Valencia, bien sean de titularidad pública o privada, así como en todos los medios de transporte urbano". Sin embargo, como ha publicado El Mundo (2 de Mayo de 2014)⁶⁷, la publicidad de prostitución ha vuelto a aparecer mediante folletos pero sin hacer mención explícita al objetivo final y centrándose en la actividad en hostales, ya que lo que está regulado es la actividad en la calle y la mención explícita a los servicios sexuales.

Además de la dificultad concreta de controlar y erradicar este tipo de anuncios, como vimos en apartados anteriores, las posturas sobre este debate particular en el marco del movimiento feminista están polarizadas.

Las corrientes **pro legalización** opinan que estos anuncios son legales y permiten a las trabajadoras sexuales captar a su clientela. En 2011 el colectivo en defensa de los derechos de la prostitutas Hetaira consideró que era “una medida demagógica e ineficaz” para acabar con el problema de la trata de personas. Esta asociación cree que tras los anuncios de contactos de la prensa hay trabajadoras del sexo que ejercen por voluntad propia y no víctimas de trata coaccionadas ya que de ser así –y ser detectado-, constituiría un delito y no habría ningún problema en prohibir su publicidad. En opinión de Hetaira, la prohibición de estos anuncios obligaría a las trabajadoras “a lanzarse a la calle a buscar clientela o a refugiarse en los clubes donde tendrían que someterse a las imposiciones de los empresarios”. Añadieron, en una nota de prensa tras la publicación del dictamen del Consejo de Estado, que los medios de comunicación no son responsables de lo que existe detrás de lo que se anuncia porque si es así, debería serlo del resto de anuncios “y especialmente a aquellos de marcas de tejanos o zapatillas denunciados por fabricar sus productos en el sudeste asiático con niños obligados realmente a trabajar en régimen de esclavitud”.

Por otros motivos, pero defendiendo esta postura nos encontramos a los editores de prensa (en oposición a los periodistas como veremos más adelante). La Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) no está de acuerdo con la prohibición de estos anuncios ya que hacen publicidad

⁶⁷ <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2014/05/02/53635f8e268e3ea2248b456f.html>

de una actividad que no es ilegal. Opinan que si tras ellos se esconden delitos de explotación sexual no es un problema de la prensa, sino del Ministerio de Interior, que tiene que perseguir esos delitos. Además mantiene que si el Gobierno tomara medidas para prohibir la prostitución los medios nunca darían espacio a estos anuncios.

En una posición contraria a la de los Editores de Prensa, está la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) que compartía la intención del Gobierno de prohibir los anuncios de prostitución en prensa. Como señaló en una nota: *"es una vieja reivindicación de la FAPE, que siempre ha subrayado que tales anuncios atentan contra la dignidad de la mujer y son contrarios a la función social y educativa de la prensa"*. La Asociación de la Prensa de Madrid llegó incluso a pedir que las ayudas que estudiaba conceder el Gobierno a la prensa para afrontar la crisis estuvieran vedadas a los periódicos que publican anuncios de prostitución: *"los medios serios españoles que han convertido esas páginas en sustanciosas fuentes de ingresos tienen un problema de coherencia editorial."*

El argumento de esta corriente **abolicionista**, para las que estos anuncios deberían estar prohibidos, es que la publicidad además de esconder redes de trata de mujeres con fines de explotación sexual, difunden una imagen discriminatoria y cosificadora de las mujeres y sus cuerpos (a través de un lenguaje y unas imágenes determinadas), atentatoria contra sus derechos elementales y contraria a la igualdad. Desde su punto de vista, no es posible –por indigno– reconocer una oferta y una demanda como tal cuando el bien consumible es una mujer.

Ana de Miguel, profesora titular de Filosofía Moral y Política en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid manifestaba ante el Consejo de Estado que *"el ejecutivo prohíbe los anuncios de tabaco y de alcohol y ¿no va a poder prohibir que se ofrezcan "chinas, nuevas, 18 años"? ¿Qué somos si prohibimos la publicidad del tabaco y llenamos tres páginas ofreciendo cuerpos de chicas... de los países más pobres del mundo, de los países donde nacer niña se considera una desgracia?"*

Según la interpretación de María José Barahona⁶⁸, **los medios de comunicación que insertan publicidad de prostitución no pueden avalar que la prostitución sea un atentado contra los derechos humanos** porque entrarían en una contradicción interna. En ese sentido, los medios desvinculan en sus informaciones intencionadamente prostitución y trata, en un intento por diferenciar prostitución buena de prostitución mala (lo que a su juicio no es posible), esta sería una de las razones por las que se privilegian las noticias sobre trata. En opinión de esta autora, los intereses económicos ligados a la publicidad definirían el tratamiento informativo, la visibilización y las ausencias de esta problemática en la prensa.

El anterior Delegado del Gobierno para la Violencia de Género, Miguel Lorente, creía que prohibir los anuncios de contactos por ley contribuiría a acabar con la "cosificación" de la mujer, evitaría amparar situaciones de explotación sexual y tendría además un efecto pedagógico sobre la sociedad.

Frente a las medidas prohibicionistas, que como vemos tienen un alcance limitado en nuestro país, existen **propuestas intermedias que tienen como objetivo prevenir la trata de personas con fines de explotación sexual**. En esta línea encontramos las directrices de la Oficina contra la Droga y el Delito de la ONU que en su "Manual para la lucha contra la trata de personas" plantean:

"Los anuncios clasificados publicados en periódicos locales, regionales o nacionales relativos a los servicios para adultos pueden ser una fachada para operaciones de explotación de las víctimas de la trata de personas."

⁶⁸ Profesora de Trabajo Social en la escuela de Trabajo Social de la UCM, esta profesora lleva más de veinte años estudiando el fenómeno de la prostitución en la ciudad de Madrid. Entre sus estudios destaca *Una aproximación al perfil del cliente de prostitución femenina en la Comunidad de Madrid (2003)*.

Para asegurarse de que no son utilizados para la explotación de personas, los medios de comunicación deberán:

-Proveer el número de las líneas de asistencia telefónica directa contra la trata de personas, juntos a las listas de anuncios clasificados para adultos.

-Cooperar con la policía en las investigaciones cuando les sea posible.

-Aceptar pagos de avisos clasificados sólo por cheque o por tarjetas de crédito para poder encontrar al autor del anuncio en caso de que se realice una investigación.

La función de concienciación que cumplen los medios de comunicación tiene relación con la función que puede desempeñar el público en la denuncia de la trata de personas. Quienes desean obtener los servicios de adultos deben saber que se pueden encontrar con víctimas de la trata. También deben saber adónde poder denunciar esta sospecha.”

Lo cierto es que la falta de acuerdo en los debates que en cierto momento se han producido en esta materia en el ámbito público, quizás entremezclados con los intereses económicos de los medios, han servido para desactivar todo intento de actuación normativa *ad hoc*.

¿Por qué los medios siguen insertando este tipo de publicidad? ¿Cuál es la relevancia de los mismos en las nuevas dinámicas de información-relación-interacción-social, crecientemente digitalizadas? ¿Cómo contribuyen estos anuncios al imaginario social sobre la prostitución y la trata? ¿Participan estos anuncios de los mismos estereotipos que las noticias? ¿Es posible actuar para que los medios prescindan de estas inserciones publicitarias? Y en su caso, ¿cómo puede actuarse desde los Poderes Públicos?

La parte del estudio que se desarrolla a continuación pretende complementar los análisis preexistentes en la materia, contribuir a aclarar y dar una necesaria respuesta a esta relación informativo-publicitaria de los medios y la prostitución en el contexto actual, como se muestra en los siguientes epígrafes.

6.2. El contexto digital

La industria del sexo actual se ha visto modificada profundamente por la emergencia de las nuevas tecnologías. El avance tecnológico y la emergencia de nuevos estilos de vida contribuyen a la aparición de nuevas formas de actividad sexual, y la prostitución no es excepción (Lee-Gonyea et al., 2009 citado por Caroço, 2011). Al igual que la pornografía, la prostitución ha conseguido acceder a espacios y sujetos que, hasta el momento, permanecían ajenos a estos ámbitos. La facilidad de acceso y el consumo de estos materiales en los espacios privados cotidianos son, sin duda, factores que explican su auge de los materiales pornográficos (entre ellos pedófilos y violentos), así como de la oferta de prostitución.

Estas nuevas vías de acceso permiten, aún si cabe, una mayor normalización y tolerancia frente a la prostitución, por lo que fuerzan una revisión de las formas de intervención socio-política en defensa de la igualdad y justicia de género y, más específicamente en lo que atañe a esta investigación, de las mujeres víctimas de trata y explotación sexual.

Son varios los estudios, revisados por Marisa Caroço (2011), que indican la posibilidad de que las tecnologías digitales promuevan el consumo entre sectores que antes eran ajenos a esta demanda, por ejemplo, en el caso de la prostitución masculina, ya que las mujeres no solían acudir a espacios públicos en busca de esta actividad, mientras que el contacto a través de la web es mucho más directo y discreto. Estos autores también apuntan a que esta proliferación y diversificación estaría modificando los circuitos del turismo sexual, las pautas de consumo y en lo que nos interesa, las vías de publicidad.

Otro asunto que ha traído consigo la red es la polarización de dos tipos de representaciones, como veremos a través de nuestra muestra, la prostitución empresarial “profesionalizada” y la prostitución particularizada *amateur*. No podremos afrontar en este estudio, ya que no se trata de un trabajo de campo, qué estructuras, sujetos y prácticas están tras la publicidad de estos dos modelos: la que realizan las agencias de “escorts” (o acompañantes) y la que se presenta como anuncios de mujeres y hombres particulares en las páginas de anuncios clasificados de contactos gratuitas o de bajo coste. Lo que sí veremos es cómo recurren a dos estrategias de representación, dos tipos de imágenes, con las que se cubre la demanda de los clientes potenciales, básicamente en relación a la clase social, el poder adquisitivo, así como al tipo de prácticas sexuales buscadas. Cualquier tipo de imaginario sobre prostitución en los espacios convencionales (calle, carretera, club o piso) encuentra su correlato digital.

Si hay un canal de difusión privilegiado para la prostitución hoy en día es la web, sólo hay que comparar los 43 anuncios que componen la muestra del ABC en un viernes cualquiera y los 123.444 anuncios de la web Mil Anuncios para esa misma fecha. La publicidad de prostitución en internet es prácticamente ubicua, ya que no sólo hay webs especializadas, sino que se enlaza a ellas desde las webs pornográficas, se inserta de manera indirecta en las web de búsqueda de contactos (Meetic, Badoo, etc.). Así mismo, aparece mencionada en los anuncios de prensa impresa (con enlaces directos desde la versión de los periódicos en las aplicaciones de tablets), en los anuncios de televisión y también en los folletos repartidos por las calles. Prácticamente, cualquier otro tipo de soporte publicitario apunta hacia internet.

Aún no existen estudios exhaustivos de la publicidad de prostitución a través de Internet en España. La primera aproximación que hemos encontrado es de nuevo una investigación de Marisa Caroço (2011). En ella, la autora revisa las características de los anuncios de agencias de escorts publicitados a través de la web. Tras su análisis concluye, en la línea de lo que señalamos más arriba, que las estrategias de intervención sobre la publicidad deben tomar en consideración el nuevo contexto digital.

“En suma, los datos disponibles, con algunas limitaciones, permiten concluir que Internet se ha configurado como un recurso de publicidad adaptado a las vivencias de las sociedades contemporáneas y sirve, a la vez, de plataforma para el intercambio de información; y la industria del sexo no es indiferente a esta tendencia. Asimismo, debe tenerse presente que esta realidad estadística, mejorable su estudio en todo caso, pone en evidencia las limitaciones de la implantación de medidas, como la potencial eliminación de los anuncios de contactos en los periódicos nacionales y sus versiones digitales, en favor de la lucha contra la trata de mujeres, como se defiende desde las esferas políticas e instituciones de apoyo e intervención.”

Lo que sigue es una descripción de lo que cualquiera se puede encontrar como oferta de prostitución un viernes del mes de Abril en el espacio público: al leer la prensa, encender la televisión, pasear por la calle o al coger el coche y, sobre todo, al navegar por la web. Si algo define la publicidad de prostitución en España es que, como sucede con el resto de la publicidad, es omnipresente, se distribuye en todos los canales que tiene a su disposición y encuentra fórmulas creativas para saltar las limitaciones que puedan imponerse a través de leyes y ordenanzas, al menos, por el momento.

6.3. Muestra de publicidad analizada

Para el estudio se tomó una **muestra representativa** de anuncios de prostitución en prensa, páginas web, el viernes 11 de Abril de 2014. En la muestra de prensa se analizaron tanto los periódicos impresos como la versión digital a través de las plataformas informáticas (Orbyt y Kiosko y más). La edición digital de la prensa que se ofrece en abierto no tiene anuncios de prostitución. Se revisaron los siguientes medios: El País, El Mundo, ABC, La Guía del Ocio, Metrópoli, Interviu,

Marca, As, Cinco Días, Expansión. Ni los periódicos deportivos ni los económicos incluyen este tipo de publicidad, la revista *Interviú* publica quince anuncios de líneas eróticas que tampoco han sido contemplados en este estudio y en el suplemento de *El Mundo*, *Metrópolis* se publican anuncios de amistad, relaciones o búsqueda de pareja que no se han tenido en cuenta, ya que aunque se podría sospechar algún tipo de intercambio económico entre algunos de ellos, no lo podemos verificar y no responde al mismo tiempo de representación. De este modo, la muestra se restringió a los 4 primeros medios mencionados.

El mismo día se realizó una recogida de muestras de las siguientes páginas web:

- <http://www.milanuncios.com/contactos-en-madrid/>
- <http://www.nuevologuero.com/>
- <http://www.hottescorts.es/>
- <http://www.erosquia.com>

Se guardaron las portadas de ese día, los motores de búsqueda y una serie de anuncios tipo para conocer la estructura de funcionamiento. La selección se realizó en el caso de los dos primeros por ser las web de anuncios clasificados más populares de España –que incluyen anuncios de prostitución- y por su carácter no profesional (retórica *amateur*) y coste bajo de la inserción de los anuncios, mientras que la tercera página es el prototipo de la publicidad profesional de prostitución.

Esta muestra se complementa con grabaciones de la televisión (8 Madrid, Canal 7 y Teleservicios) en días posteriores y la recogida durante un mes de octavillas en la calle de clubs y pisos, situadas en los parabrisas de los coches.

Los **objetivos de este análisis** de la publicidad eran los siguientes:

- Evaluar la presencia y relevancia de la publicidad de prostitución en los diferentes medios.
- Describir las representaciones hegemónicas sobre las personas anunciadas.
- Detectar tendencias de cambio relevantes en la publicidad de prostitución.

6.3.1. Prensa

Tradicionalmente la prensa ha sido el mayor vehículo de publicidad de contactos. Sin embargo, actualmente, debemos tener en cuenta el cambio tecnológico que ha experimentado la prensa y el hecho de que la pérdida de lectores haya afectado no sólo a la información sino al número de anuncios publicados, sin duda la aparición de nuevos canales (webs y reparto callejero de publicidad de clubs y pisos) ha perjudicado a los periódicos y específicamente ha cambiado el perfil de su lector cuando nos referimos a la prensa impresa.

Esta situación obliga a reorientar el debate sobre la publicidad de prostitución, ya que si bien antes era el principal vehículo para este tipo de anuncios, hoy parece ser residual. No significa esto, por supuesto, que no tenga una fuerte carga simbólica y que sea necesario seguir debatiendo sobre su pertinencia, no obstante, algunos de los argumentos esgrimidos se han modificado.

Como hemos observado antes, los beneficios que se obtienen a través de estos anuncios se han tomado como argumento para señalar la hipocresía de los medios y su interés económico en el mantenimiento del *status quo*. Para revisar este particular tomemos el ejemplo de *El País*. En el año, 2007, el periodista Borja Ventura en su comparecencia para el Informe de la ponencia sobre la

situación actual de la prostitución en nuestro país situaba, calculaba los beneficios estimados para El País por esta publicidad en cinco millones de euros al año (Cortes Generales 2007: 197). Sin embargo, haciendo un sencillo cálculos a partir de la muestra obtenida el viernes 11 de abril de 2014 para ese mismo periódico, se estimaría una facturación aproximada de 2.000 euros diarios (apenas unos 730.000 €/año). Un cálculo intermedio lo aporta una información del Periodista Digital, el 6 de Marzo de 2012 en la que se afirma: “*El País, por ejemplo, obtiene en una edición diaria más de 3.600 euros de beneficios gracias a los 400 anuncios de relax, línea erótica o masajes*”⁶⁹.

En este mismo informe se reflejan los datos del mercado es España: “*La prensa de nuestro país obtiene importantes ingresos de la publicidad de prostitución. Las ediciones de los cuatro principales periódicos generalistas de nuestro país en un día laboral recogen un número de anuncios considerable (El País, 702, El Mundo 672, ABC 225 y 91 La Razón).*” Nuestra muestra está tomada un día laborable y las cifras se han reducido considerablemente en estos siete años (El País, 259, El Mundo 242, ABC 45 y La Razón dejó de publicar estos anuncios a finales de diciembre de 2003 tras un acuerdo con *L’Osservatore Romano*).

Teniendo en cuenta estos datos, el periódico ABC obtendría 460 euros, dado que se insertan 45 anuncios (2,05 euros por palabra), bastante lejos de las cifras con las que se inició este debate hace años. Un descenso que, a la luz de la baja inversión publicitaria en medios, estaría confirmando la tendencia y obligaría a repensar tanto el debate, como las estrategias de intervención. Es evidente que mucho o poco dinero no elimina el argumento, pero desplaza la prioridad de las líneas de intervención hacia otros actores en auge, fundamentalmente, las páginas web. Además hay que tomar en consideración que El País y ABC a través de la plataforma digital Kiosko y más, incluyen la misma sección de anuncios pero facilitan los hipervínculos a las páginas webs, lo que permite la traslación desde la prensa convencional a los nuevos soportes.

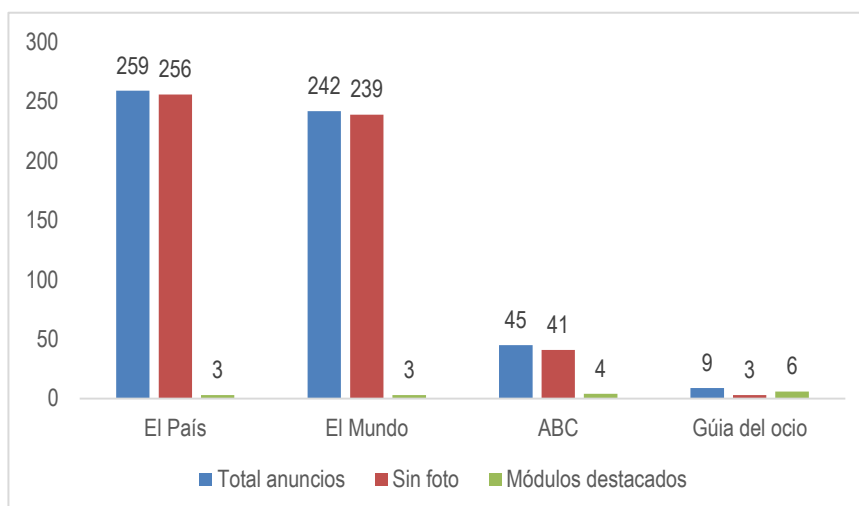
La muestra del estudio está conformada por un total de 555 anuncios en El País (259), El Mundo (242), ABC (45) y Guía del Ocio (9).

Los anuncios en prensa se distribuyen bajo los epígrafes convencionales: líneas eróticas, masajes y relax. No obstante, no hemos encontrado diferencias significativas en los anuncios publicados bajo los epígrafes masajes y relax, ya que todos ellos corresponden a ofertas de prostitución. Así mismo, bajo el epígrafe líneas eróticas encontramos una mezcla de anuncios que remiten a teléfonos eróticos, pero también se publican anuncios de clubs y agencias en El Mundo y en El País aparecen anuncios sin especificación como: “Mujeres españolas. Gratis” o “Chicas ahora gratis”. No parece tener mucho sentido esta distribución de la publicidad, al menos, desde el punto de vista de los lectores.

De todos ellos, sólo El Mundo incluye diez anuncios con foto y Guía del Ocio seis, el resto son anuncios básicos en los que se cobra por letra y destacado, lo que explica la tradicional brevedad de sus textos que se mantiene invariable a lo largo del tiempo y que contrasta, como veremos, con la profusión de información y fotografías ofrecida en los anuncios on line.

⁶⁹ Continúa el artículo: “*Al mes, recauda más de 112.000 euros por sus dos páginas de ofertas de prostitución. En la edición dominical, los ingresos crecen en un 30%. Según el departamento comercial, cada palabra que se publicita cuesta 1,44 euros en su edición diaria y 2 euros los domingos. Los recuadros destacados tienen un coste de 106,09 euros los días laborables y 126,25 en la edición de los domingos*”.

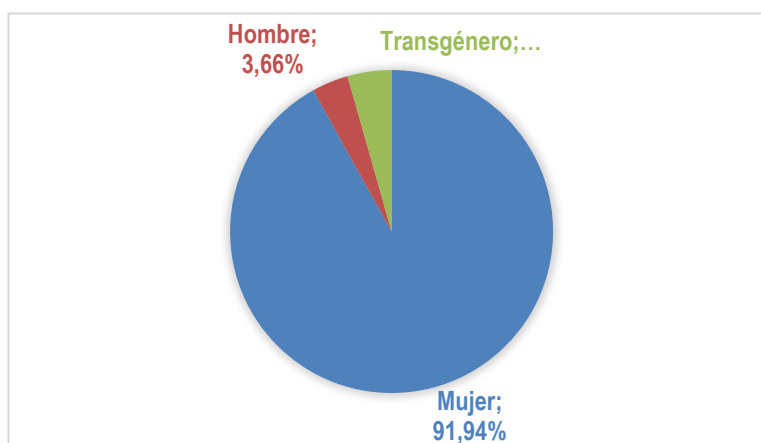
Gráfico 1 Tipo de anuncios analizados



Fuente: Elaboración propia.

Corroborando lo que se plantea a nivel teórico, la prostitución es básicamente femenina y son absolutamente minoritarios los casos en los que se especifica que estemos ante publicidad masculina o transgénero. En este sentido, todos los anuncios sin marcas de sexo fueron considerados como ofertas de prostitución femenina, ya que no cabe pensar en una indefinición. En la muestra analizada **todas las ofertas provenían de mujeres exceptuando** veinte de hombres y veinticuatro de travestis.

Gráfico 2 Sexo atribuido al anunciante



Fuente: Elaboración propia.

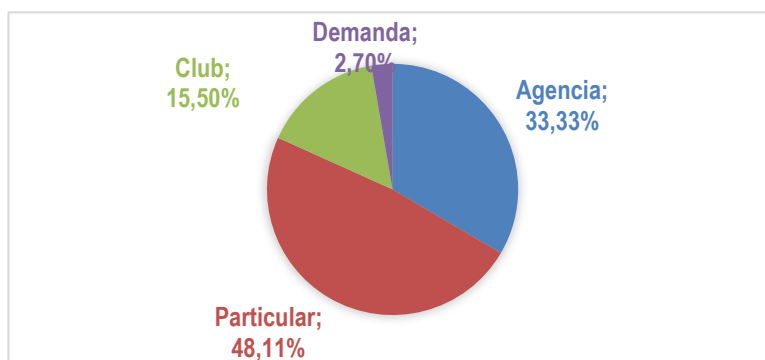
Hemos clasificado los datos analizados según varios indicadores:

En primer lugar, **la publicidad remite a oferta**, de los 555, tan sólo 15 son demandas para captar personas que deseen prostituirse. El resto de anuncios responden a la oferta que podría estar referida a una agencia, un club o un particular. Al no poder constatar quién está realmente detrás de estos anuncios, a tenor de los objetivos marcados en este estudio, hemos equiparado la individualidad del oferente con un particular. Cabría la posibilidad de que tras un anuncio de apariencia particular, se hallase una agencia, pero para ello habría que adoptar otra metodología de investigación, lo interesante en este sentido es que esta publicidad sigue optando por presentar a las mujeres como sujetos aislados, que trabajan de manera individual, lo que aleja el imaginario de

la trata con fines de explotación sexual, que está sostenida sobre la imagen de la red o la mafia (sujeto colectivo).

Siguiendo esta pauta analítica, el mayor número de anuncios (267) provendría de un particular, seguido por las agencias (203) y por los anuncios que mencionan específicamente clubs (85). No observamos una dinámica que diferencia esta distribución entre periódicos.

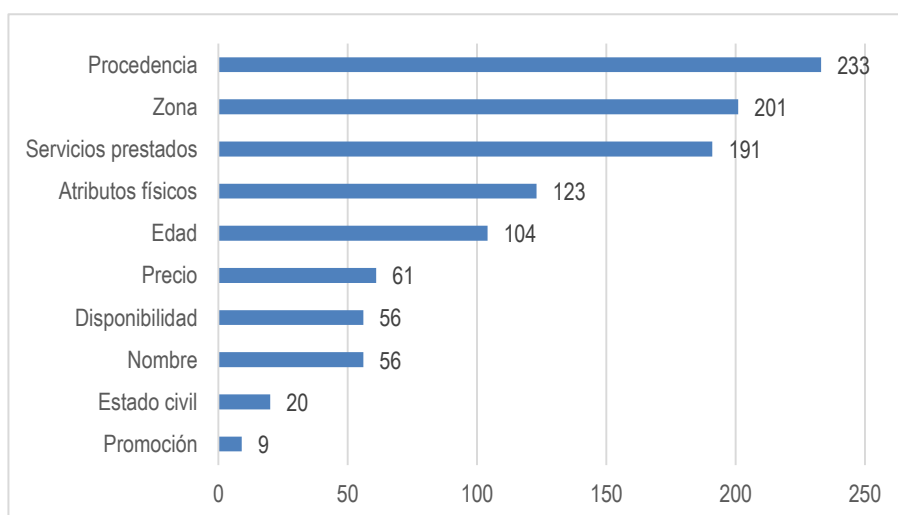
Gráfico 3 Fuente de la oferta



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a las estrategias representacionales que sirven de reclamo, la ficha de análisis recogía diversos indicadores. En primer lugar, las **características asociadas al servicio que se oferta** (disponibilidad horaria o de desplazamiento, ofertas o promociones, discreción, profesionalidad, etc.). Y en segundo lugar, las **características de las personas publicitadas**: características físicas (atributos corporales y edad), características actitudinales (comportamiento afectivo-sexual) y procedencia. La procedencia es un rasgo especialmente relevante, primero por su reiteración y segundo porque combina la corporalidad y las actitudes sexuales asociadas a un marco sociocultural específico que responde a una construcción del imaginario sobre los espacios de origen aludidos.

Gráfico 4 Atributos empleados como reclamo



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los **servicios**, en el caso de la publicidad que oferta prostitución en prensa (540 anuncios), lo que predomina es la referencia a la **zona** de Madrid, un 38,34% de los anuncios especifica el barrio. La siguiente referencia es a la **disponibilidad** que aparece en un 11,34% de los anuncios, con ello se alude tanto a la disponibilidad horaria (24 horas al día) como de

desplazamiento (hoteles-domicilios, locales intercambios, etc.). En prensa, la inserción del **precio** de los servicios es minoritaria (10,55%), mucho más la apelación a **ofertas y promociones** (2,56%), más aún si lo comparamos sobre todo con los anuncios en las webs y los folletos repartidos por la calle, en los que la retórica comercial es un patrón compartido.

Dado que la mayor parte de los anuncios se refieren a particulares, el resto de atributos quedan asociados a las mujeres y no a la oferta del servicio en sí mismo, por ejemplo, cuando se trata de una agencia o un club. No encontramos anuncios que hablen de la profesionalidad de la empresa, sino de las mujeres que la componen.

El 24,09% de los anuncios incluyen una descripción de **atributos corporales**, estas descripciones sustituyen la inserción de fotografías, puesto que es más caro optar por la representación visual en prensa que en otros soportes que luego analizaremos (televisiones, páginas web o tarjetas). Son menciones de reclamo clásicas que aluden a la belleza general o a las partes dotadas de connotación sexual evidente: guapísima, cuerpazo, 120 pecho, culito respingón, morenita, delgadita, espectacular, pechazos, etc.

Otro elemento clave es la **edad**, este marcador incluido tanto las referencias directas a años (19 años, 43, 30 años, 50 años) como las alusiones (jovencita y madurita). Aparece en el 21,05% de los 540 anuncios y no se ha encontrado una tendencia que señale una preferencia a la juventud extrema, apuntando específicamente a las menores de edad.

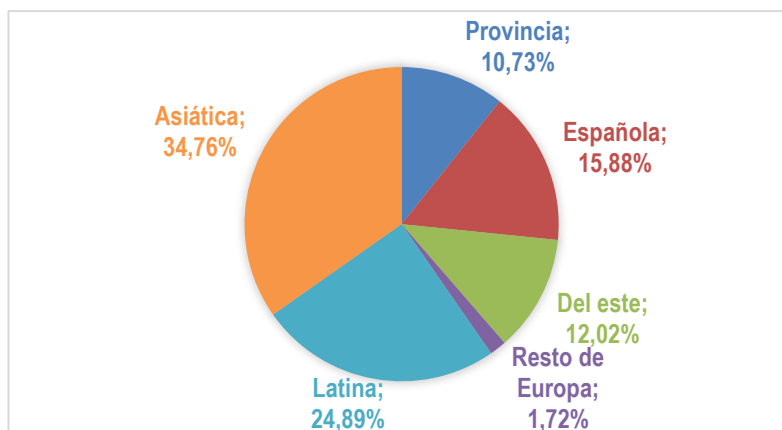
El **estado civil** aparece mencionado tan solo en un 4,05% del total (casada, divorciada, viuda), es un concepto que parece provenir de una visión tradicional de la pareja y que estaría aludiendo a universos afectivos propios del matrimonio heterosexual, la cotidianidad y la familia, frente a un mundo menos normalizado y más transgresor evocado mediante otras referencias como el lugar de origen de las mujeres.

Mencionamos más arriba la importancia de la **procedencia** como principal reclamo en esta publicidad. Es la activación de un imaginario de género compartido, construido en torno a lugares comunes y estereotipos sobre las mujeres el que opera en relación a esta descripción. La procedencia es un modo de categorizar a las mujeres en función de su etnia y reducirlas al estereotipo postcolonial imperante. En general, el racismo es un modo de discriminación que comparten hombres y mujeres en la publicidad, aunque se agrava –como en el ámbito de la prostitución– cuando se representa a las mujeres como la categoría étnica, en intersección con la de género. Las otras no blancas son la categoría marcada, clasificada como diferente frente a la normalidad, de ahí, la necesidad de señalar la procedencia.

Las mujeres que pertenecen a minorías étnicas comparten con los hombres de sus grupos de referencia una serie de caracterizaciones que delimitan su posición sociocultural, principalmente, un lugar subordinado en relación a la identidad de personas caucásicas o blancas. Son consideradas inferiores, más cercanas a la naturaleza y a su condición biológica femenina, más irracionales y afectivas, etc. Por otro lado, cada grupo étnico tiene asociadas unas características particulares adaptadas al contexto social y las representaciones estereotipadas compartidas, para ello se emplea la lógica del exotismo y la sumisión, por ejemplo, para el caso de las asiáticas y el prototipo de la geisha, la idea de naturaleza salvaje asociada a las africanas, la sexualidad exuberante de las latinoamericanas, etc. Estos imaginarios no funcionan de modo aislado, en este sentido, como sucede con la información, las representaciones de las mujeres asociadas a la prostitución no pueden quedar aisladas del resto de representaciones de género que habitan las culturas masivas y que, sin duda, siguen siendo reduccionistas cuando no, como sucede en muchos casos, degradantes y discriminatorias, ya sea en los imaginarios ficcionales de la publicidad, el cine o la televisión o en los imaginarios informativos.

Entendiendo por procedencia ya sea región, país o etnia, en nuestra muestra se encontraron un total de 233 anuncios (43,14%) que hacen referencia a ello. De los cuales un 34,76% menciona a mujeres asiáticas, un 24,89% mujeres de países latinoamericanos, un 15,88% españolas, un 10,73% aludían a una provincia española, un 12,02% a mujeres de los países del este y un 1,72% a mujeres procedentes del resto de Europa. Se ve un auge de las mujeres inmigrantes en estos anuncios como reflejo del mismo en nuestra sociedad.

Gráfico 5 Procedencia de las personas que prestan el servicio



Fuente: Elaboración propia.

Llama la atención la gran oferta de mujeres asiáticas, que como se verá más tarde también se produce en otros medios analizados, siendo reseñable que siempre conllevan asociados adjetivos estereotipados de sumisión, timidez e inocencia.

Queremos hacer una breve digresión para destacar el **impacto que tienen los imaginarios publicitarios de otros sectores**, en los específicos sobre la prostitución, ya que parece haber una conexión evidente entre ambos y son estas conexiones las que definen los imaginarios que caracterizan la oferta y la demanda.

Así, creemos interesante hacer una breve mención a los **estereotipos sexistas de la publicidad en general**. Por ejemplo, las mujeres asiáticas responden –como sucede en los anuncios de prostitución- a un doble estereotipo, la hipersexualización y la amabilidad y carácter servicial. Una de las figuras que más se evoca para movilizar el estereotipo es el de la Geisha o en general asociar el ideal de feminidad con la belleza sumisa.

Otro de los prototipos racistas sobre las mujeres no blancas más conocido es el que emerge de la combinación entre exotismo, exuberancia y sexualidad. En España, uno de los anuncios más criticados ha sido tradicionalmente el de Ron Barceló. La referencia para éste y otros muchos son los paraísos coloniales –incluida la esclavitud - las mujeres son representadas como objetos de deseo por lo diferente, desconocido, misterioso, etc. Como se sugiere en el anuncio de Jesús del Pozo y en otro spot audiovisual de la compañía danesa de ropa interior masculina JBS⁷⁰. Estas mujeres están esclavizadas –aunque las cadenas parezcan glamorosas- o las condiciones de trabajo provoquen placer y satisfacción, como les sucede a las trabajadoras de la fábrica JBS en el sueño del adolescente. Ellas son sumisas ante la mirada patriarcal y están dispuestas para la satisfacción masculina.

⁷⁰ El spot puede verse en: <http://www.youtube.com/watch?v=kvExuJarZfQ>



El exotismo de esclavas “encubiertas” sedujo a la marca Cartier en 1998 y también a Benetton que vendió la versión juvenil y desenfadada.

La fogosidad sexual extrema está asociada a las mujeres afroamericanas y latinas. Un asombroso ejemplo lo encontramos en un spot de Iberia, emitido en 2007, en el argumento de la sexualización de las mujeres caribeñas remite de manera directa al turismo sexual⁷¹.

Hay que decir que el **control de la publicidad sexista en España** ha consolidado una serie de mecanismos que funcionan adecuadamente y consiguen la retirada inmediata de los anuncios degradantes.



Un caso reciente que interesa en esta investigación es el anuncio retirado en Almería con el slogan: “*Si quieres algo mejor que un Polvo... pide un Disperss*”, acompañado de la imagen de una mujer guiñando el ojo y señalando al lector. Aunque la imagen de la mujer corresponde al estereotipo de belleza caucásica, modelo clásica en publicidad y no tanto al imaginario de las mujeres que ejercen la prostitución en Almería, no es difícil hacer la asociación y, en todo caso, no cabe duda de que

estamos ante la idea de la mujer-objeto destinada a la satisfacción del hombre.

En lógica con estos estereotipos, más de un tercio de los anuncios de contactos (38,66%) analizados en el presente estudio, menciona las prácticas sexuales para las que se está dispuesta y la **actitud** que adoptará frente al cliente. Lo más repetido tiene que ver con el vicio, lo que excede la sexualidad asociada a una buena mujer, contenida, puritana, etc., de ahí que se presenten como: viciosa, juguetona, golfa, ninfómana, todo ello asociado a un tipo de práctica sexual distanciada del objetivo reproductivo. Y en relación las prácticas que lo acompañan: polvo exprés, griego, francés, masajes, etc. Otras menciones tiene que ver con las fantasías convencionales masculinas (lésbico). Por último destacar, que no se han encontrado muchos anuncios que hagan mención a prácticas de riesgo, como sexo al natural, que sin embargo, a la luz de la cata realizada en este estudio sí que están presentes en los anuncios publicados en las páginas webs.

Los anuncios por palabras no operan de forma aislada, la sucesión y reiteración de sustantivos y adjetivos inconexos toma sentido en un relato coherente que se construye gracias a los relatos e imágenes que pueblan otros espacios de las culturas masivas. De ahí, que en el ámbito de la

⁷¹ El spot puede verse: http://www.youtube.com/watch?v=fNjXJ7_2hUc

intervención debieran hacerse las conexiones pertinentes desde el punto de vista deontológico por parte de la industria publicitaria para prevenir la prostitución forzada y la trata con fines de explotación sexual.

6.3.2. Páginas web

Según se explicó con anterioridad, el auge y cotidianeidad de los portales de internet en nuestra vida se refleja de forma clara en este campo. La facilidad de acceso, la gratuidad a la hora de colocar los anuncios, la inmediatez y el anonimato hacen de la red una vía inmejorable para esta publicidad. Frente a la brevedad de los anuncios insertados en prensa, proveniente de sus tarifas económicas, aquí hallamos anuncios más extensos y acompañados de fotografías o vídeos. La imagen es la base fundamental de esta publicidad. Tanto fotos como textos tienen una clara inspiración pornográfica, totalmente explícita en algunos casos.

De nuevo, podríamos poner en relación esta situación que se produce en la publicidad de prostitución con lo que sucede en la publicidad general. Se ha acuñado el término “porno-chic” para hablar de representaciones publicitarias, en su mayoría, que contienen una carga pornográfica más o menos explícita y que acceden a circular en los medios hegemónicos porque van acompañadas de una estética muy cuidada. En este sentido, lejos de ser algo reprimido, el sexo ha pasado a la primera plana, a normalizarse en el espacio público.

Lo que acompaña a estas representaciones, que Rosalind Child caracteriza como “pornificación de las mujeres”, es una puesta en discurso del supuesto deseo femenino que apunta a un tipo de sexualidad normativa, en cuanto que se dirime en un patrón de representación hegemónico. La hipersexualización que tiene lugar en la publicidad comercial presupone que existe una igualdad de género y que las mujeres están en la misma posición a la hora de expresar y ejercitar su deseo sexual. Esto implica, desde el punto de vista de la representación de género mayoritaria en la publicidad, que si antes las mujeres tenían que afrontar un modelo dicotómico que las encasillaba: ser vírgenes o putas; ahora, en este supuesto contexto de igualdad, tendrán que ser ambas cosas a la vez. Comportarse como “buenas mujeres”, pero mostrar sus cuerpos y actitudes con los modelos que convencionalmente se asocian a la prostitución y las “malas mujeres”, como ilustran estos anuncios.



Fotos de www.hottescorts.es y www.erosguia.com



Fotos de www.milanuncios.com y www.nuevoloco.com

La muestra seleccionada para esta investigación analiza los dos tipos de portales mayoritarios: los que venden un glamour y un lujo accesible sólo para unos pocos (o así lo hacen entender) y los que tienen como base la naturalidad y lo amateur a partir de 4 fuentes: hottescorts.es, erosguia.com, milanuncios.com y nuevoloquo. Los primeros incluyen fotos profesionales o semiprofesionales con unos complementos prestigiosos y únicos. Los segundos juegan con la idea de que cualquiera puede poner un anuncio, equiparándose la demanda y la oferta. Sin embargo, ambos juegan con la idea de que esta relación entre cliente y anunciante puede ser directa y para ello se incluyen direcciones de correo electrónico, redes sociales y mecanismos para recabar opiniones del servicio. La interacción llega a tal punto que en algunos anuncios se consultan las tarifas o servicios vía mail.

Además, es importante recordar que la imagen visual, incluyendo el rostro es algo habitual en toda la muestra digital analizada; parece que es una tendencia en recesión evitar mostrar el rostro. Este aspecto nos parece un aspecto novedoso con respecto a este tipo de anuncios y apunta, en línea con lo comentado, hacia una hipersexualización y sobreexposición de los cuerpos de las mujeres. Esta presencia del rostro sucede mayoritariamente en el caso de las páginas de empresas, agencias de escort, ya que, como veremos a continuación, se trata de establecer una distancia entre el imaginario tradicional de la prostitución, básicamente estigmatizado y estas nuevas formas de “compañía” que se presentan incluso como glamurosas. Así mismo, aunque no ha sido uno de los objetivos de este análisis, nuestra lectura indica que hay una conexión evidente entre las estrategias patriarcales más cosificadoras del cuerpo de la mujer en la pornografía y las imágenes de los anuncios, sobre todo, en el caso de los portales gratuitos en los que se publican anuncios, al menos de forma supuesta, de particulares. A continuación se detallan sus modos de funcionamiento y características principales.

a) **Milanuncios**

Es un portal de anuncios gratuitos, con dirección: <http://www.milanuncios.com/contactos-en-madrid/>. Comprende todo tipo de secciones clásicas de los anuncios clasificados de prensa (inmobiliaria, motor, negocios...) y otras secciones aparecidas en los últimos años como la compra-venta de bienes de segunda mano (telefonía, moda y complementos, imagen y sonido). Una de sus dieciséis secciones es la de Contacto, epígrafe que incluye toda la publicidad de prostitución. A la hora de ingresar en esta categoría en concreto aparece una advertencia:

ENTRAR

(supone la aceptación de las siguientes condiciones)

Soy **mayor de edad** y soy consciente de que en esta sección se puede mostrar **contenido para adultos**.

- 1- Soy adulto entendiéndose como tal a mayor de 18 años (o la edad legal en mi país de residencia).
- 2- Estoy de acuerdo en ver este tipo de material para adultos y no utilizarlo con fines comerciales.
- 3- Declaro que la visualización de material e imágenes para adultos no está prohibido ni infrinje ninguna ley en la comunidad donde resido, ni de mi proveedor de servicios o el local desde donde accedo.
- 4- No exhibiré este material a menores o a cualquier otra persona que pueda resultar ofendida o que no cumpla con estas condiciones.

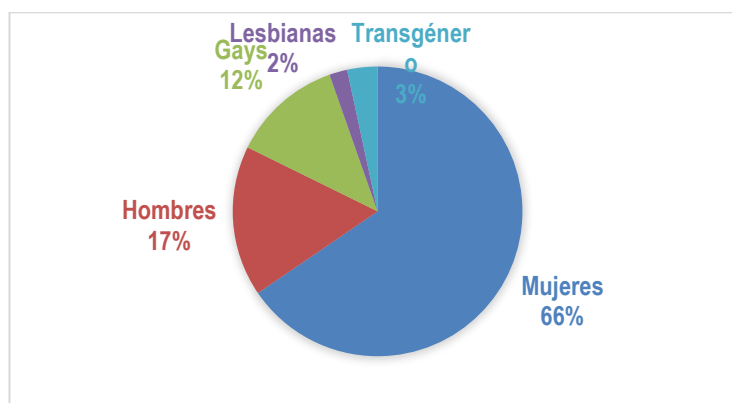
MENÚ	
	PÁGINA PRINCIPAL
	PUBLICAR ANUNCIOS
	MODIFICAR MIS ANUNCIOS
	AGREGAR A FAVORITOS
	MI SELECCIÓN DE ANUNCIOS
	CONTACTAR CON MILANUNCIOS

CONTACTOS	
	HABITACIONES EN MADRID
	CONTACTOS HOMBRES EN MADRID
	CONTACTOS MUJERES EN MADRID
	CONTACTOS GAYS EN MADRID
	CONTACTOS LESBIANAS EN MADRID
	TRANSEXUALES Y

Llama la atención el acceso fácil a estos contenidos para cualquier persona (mayor de edad o no) que acepte las condiciones sin comprobación alguna. Tal y como sucede en otros muchos lugares de internet, el contenido pornográfico se publica sin ningún tipo de cortapisa o filtro, lo que implica que una restricción del acceso a menores efectiva sólo puede llevarse a cabo por parte de los usuarios, habitualmente progenitores que instalan filtros específicos. Por otro lado, hay que destacar que la prostitución comparte el mismo espacio de aparición que otras actividades, equiparando comprar productos, alquilar casas, etc. a esta actividad. Desde nuestro punto de vista, esto puede al menos banalizarla y reforzar su normalización y tolerancia a nivel general.

La muestra se tomó el 11 de abril de 2014. Los criterios de búsqueda fueron: contactos/ todas las categorías/ oferta y demanda/ Madrid/ publicado en el último día. Como resultado de la misma se encontraron **123.444 anuncios** (30 por página). De ellos 58.983 son de mujeres, 15.144 de hombres y 11.122 de gays, solo aparecen 1.800 de lesbianas y 3.049 de transexuales y travestis. No obstante, entre los anuncios catalogados como prostitución masculina había también anuncios de mujeres intercalados esporádicamente, por lo que la cifra podría variar sensiblemente si se hiciese una criba pormenorizada.

Gráfico 6 Protagonismo de los anuncios en Milanuncios



Fuente: Elaboración propia.

Una primera aproximación muestra el **volumen significativamente mayor de anuncios** con respecto a la publicidad en prensa impresa y la diversidad de sujetos que se publicitan, sobre todo, en el caso de la prostitución masculina homosexual, prácticamente invisible en la prensa.

Veamos las principales diferencias con respecto al **contenido y formato** de estos anuncios. En las

recomendaciones de la propia página Mil Anuncios se dan “8 consejos básicos” a la hora de poner un anuncio, que si bien están formuladas para todas las secciones, también son aplicables a los contactos y explican, en gran medida, las nuevas tendencias de la publicidad de prostitución. El segundo punto destacado de dichas recomendaciones es: *“El texto debe contener vocabulario variado sobre la temática del anuncio. Cuantas más palabras tenga más facilidad para ser encontrado por alguna combinación de términos tanto en el buscador de Milanuncios como en Google”*. Esto hace que al no pagar por cada palabra utilizada como en prensa, el anunciante utilice mayor número de palabras, un vocabulario más amplio y por extensión más explícito. Nada que ver con las tres palabras mínimas que se exigen en un anuncio clasificado de un periódico.

El tercer consejo a seguir es: *“Para que un anuncio sea leído por más usuarios puedes enlazarlo desde foros, blogs, páginas personales”*. Las redes sociales y los buscadores de internet tienen presencia destacada en estos anuncios. Se explica que cuanto mayor sea la presencia en éstos mayor será la audiencia que se obtendrá. En el séptimo consejo añaden que *“es preferible dejar tanto email como teléfono porque hay usuarios que o sólo llaman o sólo mandan emails. El email es además necesario para poder gestionar el anuncio. El email no será mostrado a los usuarios para evitar el spam”*. Se facilita al máximo el contacto entre oferente y demandante.

Así mismo se anima a poner fotos y a especificar el precio del servicio. Estos dos puntos son los que con más claridad diferencian a los anuncios on line de los de prensa. En la prensa escrita no siempre aparece el precio del servicio y mucho menos foto debido al elevado coste de incluir la misma. Por el contrario no hemos encontrado ningún anuncio en páginas web que no incorpore varias fotos, la mayoría explícitas con contenido pornográfico.

La estructura de un anuncio tipo en el portal mil anuncios es la siguiente: tienen un título en negrita en el que se resalta *“lo más importante. Debe contener palabras que una persona buscaría para intentar encontrar lo que se ofrece. Además debe ser tan atractivo que invite a leer el resto del anuncio. Las visitas a un anuncio no sólo llegan desde Milanuncios, buena parte lo hacen desde Google y el título es el factor más importante para aparecer primero en una búsqueda.”*

A continuación, un texto extenso en el que se incluyen precio, edad, características físicas y prácticas sexuales a ejercer. La edad es uno de los elementos importantes en estos anuncios ya que es una de las búsquedas permitidas en el menú principal. Se suele especificar la zona, incluyendo detalles como si es un piso privado o implica un desplazamiento. Tras este texto se adjuntan dos enlaces para ver las fotos y ver las estadísticas de visitas. En las estadísticas aparecen el número de veces que se listó el anuncio, el número de personas que lo vieron antes, la cantidad de mails que se le enviaron al anunciante, cuántas veces se compartió con otras personas y las veces que se auto-renovó dicho anuncio. Además, nos informa desde cuándo es usuario ese anunciante de milanuncios.com. Si el anuncio nos parece relevante lo podemos marcar (seleccionar) o por el contrario denunciar si vemos algo erróneo o simplemente algo no nos gusta.

Las fotos suelen o bien tapar el rostro o tener un encuadre en el que no aparezca. Mientras que las ofertas de masajes están asociadas a fotos más sutiles (lencería, flores u objetos que tapan el pecho, etc.), el resto de servicios están acompañados de fotos más explícitas (fotos de los genitales, felaciones, planos detalle del pecho, posturas con juguetes eróticos...).

Como ejemplo, se han elegido dos anuncios tipo:

- Título: *MUY VICIOSA DELGADITA COLEGIALA CAÑERA*

Texto: *Viciosa y fiestera a tope- -- -- -- llámame y conocerás el paraíso en la tierra. . . me implico como una verdadera geisha. . . una tierna atención para tus días de stress . . Podemos compartir desde una bella velada hasta llegar a ser tu cómplice y amante favorita para los momentos puntuales*

en que estés dispuesto a derrochar placer a manos llenas!! ansiosa de que me hagas tuya. . . llámame!! tel: xxxxxxxx fotos caseras y auténticas. Todos los servicios sin prisas ni límites. . Edad 24 años

Fotos: aparece vestida con ropa de colegiala, de cuerpo entero y con la cara siempre oculta tras un libro o fuera de plano. En todas aparece vestida, insinuante pero nunca desnuda completamente. Pretenden ser fotos no profesionales en las que no se pueda reconocer a la mujer. El hacer desaparecer la cara tiene tanto que ver con la cosificación de la mujer y su pérdida de individualidad como con la idea de que son fotos reales en las que hay que respetar una privacidad.

- Título: *Gran oferta 2 chicas por solo 60€*

Texto: *Te apetece disfrutar de un masaje a 4 manos con 2 espectaculares masajistas?? Pues solo llama xxxxxxxx y pide tu cita y te haremos vivir una gran fantasía en un sitio muy discreto, disfrutaras de un masaje y mucho sexo. San Blas, Ciudad Lineal, Arturo Soria, Quintana, Pueblo Nuevo, el Carmen, calle Alcalá, Manuel Becerra, Hermosilla, Goya, barrio Salamanca, Hortaleza, Princesa, Moncloa, Chamartín, Nuevos. Edad 28 años*

Fotos: se ve a las dos chicas arrodilladas mostradas desde atrás, lo que añade otra connotación a la condición a la de cosificación, la de “violabilidad”. En la siguiente aparecen vestidas con vestido negro y tacones pero volviendo la cara. El resto de detalles de la habitación quieren hacer ver que son fotos *amateurs* y que no son profesionales.

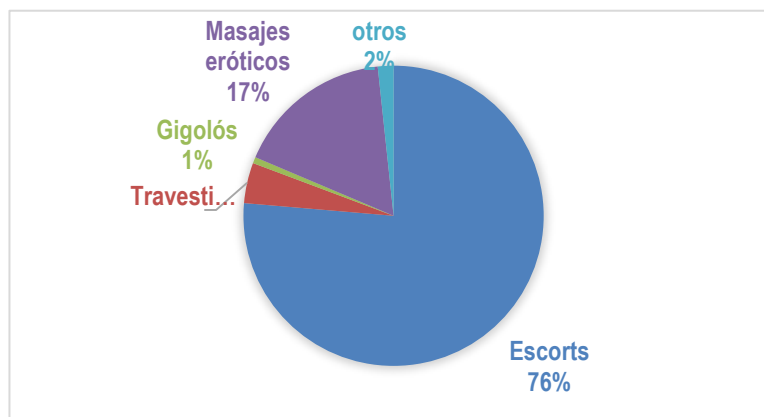
Este mismo anuncio se buscó quince días después y aparecía con idéntico texto pero diferentes fotos, más explícitas: chicas desnudas, con caras ocultas (pixeladas o fuera de plano) y realizando posturas sexuales, nunca haciendo referencia a los masajes. La práctica de repetir los anuncios pero ir cambiando las fotos, hace pensar que tras la apariencia y la retórica de lo *amateur* y particular se encuentran agencias, cuando no redes de trata.

b) NuevoLoquo

“NuevoLoquo, líder en anuncios eróticos” este es el subtítulo de este portal de anuncios (<http://www.nuevolquo.com>). A diferencia de milanuncios.com toda la publicidad que aquí podemos encontrar está relacionada con sexo de pago. Tampoco aparece ninguna advertencia frente a los contenidos que vamos a encontrar solicitando una aceptación de los mismos. Ésta sólo se pide a la hora de insertar un anuncio.

La muestra se recogió el 11 de abril de 2014. Los criterios de búsqueda fueron: contactos/ todos/ zona Madrid. Como resultado de la misma se encontraron **19.952 anuncios** (85 por página), una cantidad mucho menor que en milanuncios, por ser éste un portal con coste. En esta web hemos encontrado menos filtros a la hora de buscar. No existe ni por edad, ni oferta/demanda. La categorización en esta web es la siguiente: escorts (15.078 anuncios), travestis (862), gigolós (133), masajes eróticos (3.445) y otros anuncios (334), en esta última categoría están incluidos clubs, fotógrafos, alquiler de un piso por horas y la demanda.

Gráfico 7 Tipo de anuncios en NuevoLoquo



Fuente: Elaboración propia.

Aunque en apariencia los anuncios son gratuitos una de las cláusulas del contrato que se firma al subir un anuncio es la siguiente: *“Normalmente, utilizar NuevoLoquo.com es gratis. No obstante, determinados servicios como insertar un anuncio en la categoría de Contactos Eróticos implican un coste. Si utilizas un servicio que implica un coste, deberás revisar y aceptar las condiciones del mismo que se desplegarán en el momento en que envíes tu anuncio. Nuestras tarifas están fijadas en Euros y podrán ser modificadas cada cierto tiempo. Te comunicaremos cualquier cambio en nuestras tarifas mediante su publicación en nuestro site. Podemos cambiar las tarifas para eventos promocionales o servicios nuevos, estas modificaciones entrarán en vigor en el momento en que se anuncie el evento promocional o el nuevo servicio”*. Mediante pago (3,13€) se puede dar más visibilidad al anuncio: Colocar el anuncio en la parte superior, insertar imágenes en miniatura o destacarlo con un fondo amarillo.

Otro de los términos a aceptar es: *“Si usted nos facilita contenido, nos está concediendo un derecho no exclusivo, mundial, perpetuo, irrevocable, gratuito, sublicenciable y cedible para la explotación de los citados contenidos (incluyendo, sin limitación, su reproducción, distribución, comunicación pública, transformación y puesta a disposición del público) de manera que podamos utilizarlos en todos los medios y modalidades de explotación. Necesitamos esos derechos para poder alojar y mostrar el contenido que usted nos facilita.”*

De la misma forma que en el portal anteriormente analizado, la cantidad de palabras no está limitada y no incrementa el precio así que los textos son extensos y explícitos. Aunque muchos de ellos tienen nombre propio como si vinieran de un particular, después nos remiten a agencias y clubs, incluyendo la dirección web del mismo.

Colindante a cada anuncio se muestra, en la página principal, una foto; sin embargo si elegimos uno y entramos a ver el contenido podemos leer el texto entero y el resto de fotos. Hemos encontrado algunas entradas a blogs en los que hacen referencia a este portal y a las fotos exhibidas en él (<http://noalafotosfalsas.blogspot.com.es/2012/12/nuevolquo-solo-retira-las-fotos.html?zx=c1923dea64c9bef6>).

Han denunciado que algunas de las fotos que aparecen en sus anuncios son robadas de otros portales o soportes. No podemos aseverar estas declaraciones, sólo apuntar que en la misma página de NuevoLoquo se puede leer este consejo: *“Los anuncios con fotos reciben más visitas y si las fotos son reales te llamarán mucho más”*.

Al igual que en los anuncios en prensa, los elementos utilizados como reclamo más reseñables son:

- ✓ atributos o características físicas: *rubia, ojos verdes, alta, muy guapa, mulata, curvas*

- perfectas, atractiva, elegante, cuerpo exuberante, pechitos pequeños, súper bombón;*
- ✓ procedencia o etnia: *venezolana, asiáticas, canaria, rusa, española, madrileña, latina, árabe, colombiana, chinas, orientales;*
 - ✓ servicios que ofrecen: *ducha erótica, besos, francés, garganta profunda, masajes eróticos, tántrico, posturas, lluvia dorada, corbata, eyaculación, lésbico, sexo oral;*
 - ✓ actitud: *cariñosa, seductora, tímida, dulzura, sensualidad, simpática, pasional, ardiente, implicada, viciosa, educadas;*
 - ✓ edad o referencia a ella: *24 añitos, 23 años, 38 años, madurita, 20 años reales, aniñada;*
 - ✓ precio y disponibilidad de zona y horario: *1 hora= 50€, 1 hora= 90+taxi, visa, hoteles y domicilios de Madrid 24h;*
 - ✓ agencias o clubs: *estamos en chalet privado, piso lujoso y súper discreto, apartamento privado que no comparto con nadie;*
 - ✓ otros: *fotos caseras, te recibo con la ropa de la foto, amas de casa, chica normal, madre de familia española, universitaria, te invito a una copa o refresco;*
 - ✓ utilización de aplicaciones o redes sociales: *twitter, whatsapp, facebook;*

La falta de limitación en las palabras permite que la oferta se describa en términos amplios, a través de un estilo persuasivo de apelación directa al cliente, procurando generar, por un lado, una sensación de intimidad o de relación informal, más o menos, espontánea, mientras que por otro lado, se realiza una descripción exhaustiva de los servicios y sus características empleando una retórica cuasi comercial que garantiza al cliente qué es lo que va a adquirir.

- Título: *8 CHICAS NUEVAS CHINAS ASIATICAS ORIENTALES xxxxxxxxxx MADRID 24 HORAS*

Texto: *8 chicas 24horas salidas orientales guapisimas sexys simpaticas y con muchas ganas de sexo te están esperando. Todos los servicios como francés sin con final feliz besos con lengua, besos negro. 69 y las posturas que tú quieras te invitamos a una copita. llamamos taxi . c/ xxxxxxxxxxxxxx nº. www. guapas69. com [asiaticas , orientales, japonesas,]. Edad 20 años llamanos xxxxxxxxxx. (Dime que me has encontrado en NuevoLoquo) besito*

Fotos: Individuales aunque el anuncio hace referencia a ocho mujeres, se personaliza en una de ellas. Como se puede ver en el texto completo es un club, con dirección incluida, pero se intenta transmitir la idea de que proviene de un particular. Son dos fotos: una es de medio cuerpo, vestida y mostrando cara y escote. Otra en bikini mostrando también el rostro. Los anuncios de contactos de asiáticas (en todos los medios analizados) no suelen mostrar mujeres desnudas completamente. Se las quiere asociar con el recato y no-exposición del cuerpo fácilmente por timidez y la sumisión.

- Título: *MASAJISTA ESPAÑOLA CON FOTOS REALES HECHAS CON MI MOVIL SIN ENGAÑOS xxxxxxxxxx*

Texto: *Masajista profesional con titulación acreditada. realizo masajes profesionales, trabajando todos tus músculos y articulaciones. movimientos posturales, antiestrés, relajantes, deportivos. prostático tántrico. técnicas orientales. mejora potencia. activo tu placer tocándote zonas erógenas que tu jamás podrías ni imaginar que tenías. ¡prueba por fin un buen masaje! recibo en lencería sexy. Me entregaré como si fueras mi pareja. te atenderé sin prisas, despacito como tú te mereces.*

También sexo griego. Me llamo MARIA, escort española 30 años independiente, un lujo para todos tus sentidos disfruto en cada uno de mis encuentros, lo que hace que tu también disfrutes y no tengamos una simple relación de sexo fingido. Como veras, por mis tarifas que pienso son más que justas para lo que ofrezco, no soy una chica para sexo rápido, ni recibo a gran cantidad de amigos diariamente, porque así pienso que me permite disfrutar de lo que hago. LLAMAME xxxxxxx (Al llamar dí que me viste en Nuevoloco) MIRA MI BLOG Y PARTICIPA: www.travestimadridplazacastilla.com

Tras la lectura del texto no se sobreentiende que quien se oferta es travesti, como luego especifica en las fotografías. Las fotos son de tarjetas publicitarias donde se ofrece como masajista profesional y en las que aparece disfrazada con ropa de enfermera, sadomaso y lencería. No son fotografías amateurs (interviene un modelo masculino) incluso están editadas (recortadas, montadas, iluminadas con fondo neutral, etc.). Son de cuerpo entero y semidesnudo.

c) Hottescorts y Erosguía

El término escort es un anglicismo que pretende aludir a prácticas que van desde el concepto de señorita de compañía hasta una prostituta. La definición más literal sería la de una acompañante remunerada, es decir, una mujer a la que un cliente paga por acudir con él a reuniones, cenas o eventos. La contratación puede incluir o no sexo, aunque estas últimas no parecen publicitarse en esta web. Todos los anuncios que hemos analizado asumían el sexo en la oferta. Lo que diferencia la oferta bajo el título de escort es que además de la actividad sexual, se proporcionaría un sentimiento de superioridad derivado de la compañía de una mujer de gran belleza, un alto nivel de estudios y saber estar en sociedad.

La muestra se realizó también el 11 de abril de 2014. En el caso de Hottescorts, en la página de inicio puede hallarse un menú con varias pestañas a elegir: escorts, agencias, novedades, vídeos, webcams, sexshop, blog, contacto y travestis. Filtramos por escorts/ provincia de Madrid/ población de Madrid. Encontramos 96 anuncios por página. Según el orden de aparición del anuncio éste tiene un precio: los ocho primeros son llamados y remarcados como VIP platino (cuyo precio es 175€ por mes), los diez siguientes VIP oro (150€ por mes), nueve VIP plata (125€ por mes) y quince VIP bronce (75€ por mes). El resto se incluyen, dependiendo de la posición en la lista, en la llamada zona A, B, C o D, con diferentes precios, cada vez menores. A partir de la posición 113 son gratuitos.

Utilizan una plantilla en la que hay cuatro anuncios por línea. Cada anuncio tiene una foto, el nombre de la chica, un enlace que lleva al resto de fotos, el precio y cuatro líneas de texto que se desarrollarán en la ficha completa. Si se accede a la ficha se puede ver: nombre, teléfono, si pertenece a una agencia y a cual, una presentación en la que en un breve texto personal la escort explica cómo es, los datos personales (edad, país, profesión, estudios, idiomas), la apariencia (pelo, color de ojos, peso y medidas), las tarifas y métodos de pago y los servicios (además de horario, desplazamiento).

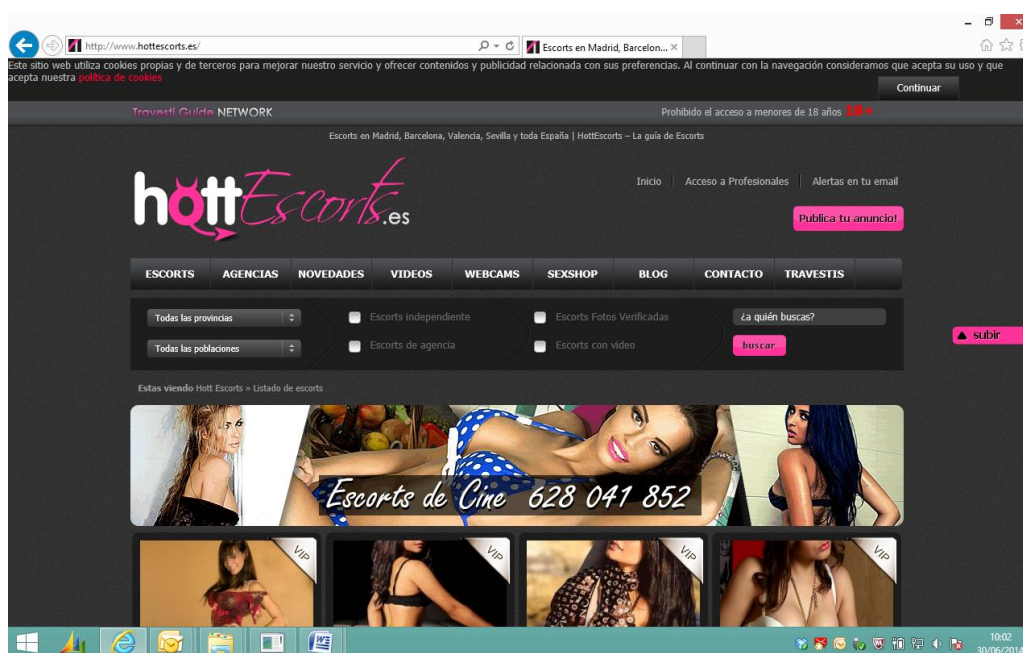
Por su parte, Erosguía es un portal de escorts muy similar al anterior sin embargo, aquí las mujeres parecen más accesibles y no se hace referencia tan explícita a la prostitución de lujo como el anterior. Se puede filtrar por escorts, travestis o agencias. Todos los anuncios tienen una foto principal, con el nombre, la ciudad, la altura y las medidas y el precio. La página nos dice que hay 548 fotos de escorts y la de inicio encontramos 85 anuncios, de los cuales cinco están marcados como VIPs y ocho destacados en otro color.

Ambas páginas tienen una apariencia profesional y de alta calidad, tanto por el diseño de las webs como las fotografías que alojan. Las fotos cuentan con una buena iluminación, retoques de edición etc. El entorno es siempre lujoso o con apariencia de glamour. Suelen ser planos medios semidesnudos en bikini, ropa interior, o incluso vestidas. Podrían pertenecer a un catálogo de

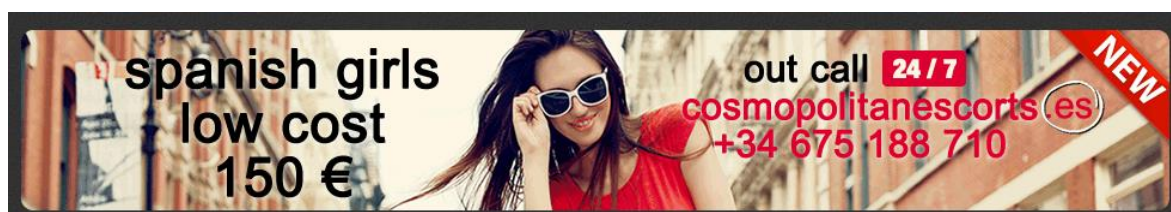
lencería o de ropa.

A diferencia de otros medios, aquí aparecen los nombres y los rostros de las chicas como si ser escort no estuviera penado por la sociedad y no hubiera que proteger ese derecho a la intimidad, no estuviesen sometidas al estigma de la prostitución. Se establece una distancia entre la llamada “señorita de compañía” que tiene una connotación positiva frente a una prostituta que lleva asociado una negativa.

Por esta razón, en este tipo de portales las mujeres aparecen en poses ritualizadas propias de las modelos publicitarias, como se puede ver en la imagen de la web Hottescorts, podríamos confundir este banner con un anuncio de moda de lencería o baño, si atendemos a la representación visual. También se suele recurrir al empleo del inglés para situar este objeto como algo cosmopolita, moderno y sofisticado. La idea de celebrar un casting para captar mujeres que se prostituyan refuerza esta relación entre el mundo del espectáculo y la prostitución.



En línea con esta lógica comercial y asimilación con la publicidad de moda y otros bienes de consumo, en estas webs cabe la retórica del “low cost” –convencional por ejemplo para las ofertas de vuelos-; lo que en los anuncios de Milanuncios y Loquo eran precios bajos y mención a la oferta, aquí se transforma en una especie de “outlet” de mujeres pero sin perder la referencia al lujo.



Un anuncio tipo de estas páginas, en concreto de Erosguía, tiene esta estructura:

- Valeria Madrid 167 cm | 95-62-95 Precio 150€

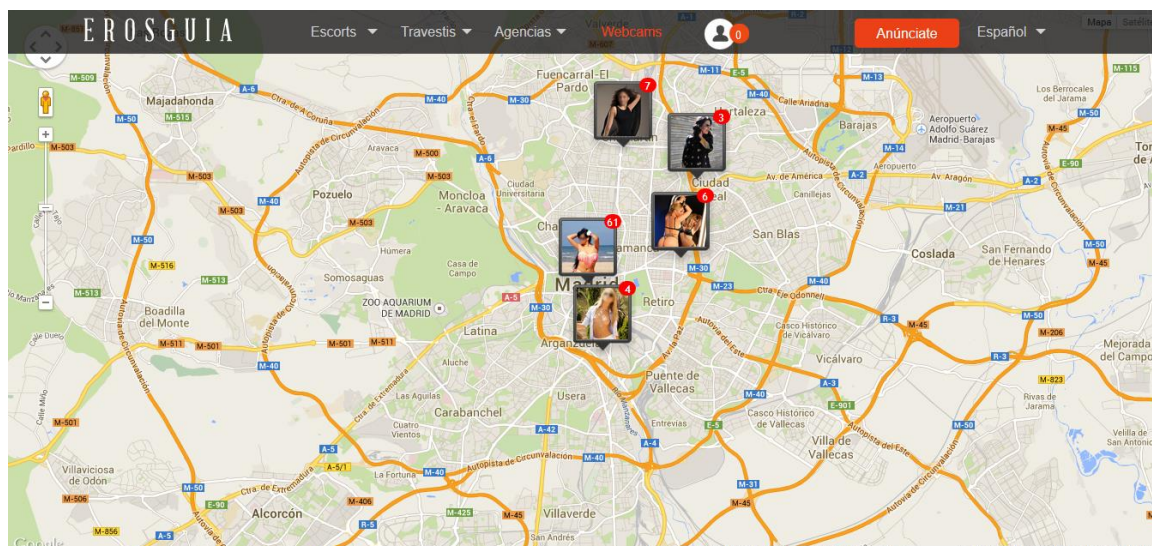
Tiene seis fotos profesionales semidesnuda (biquini, con camisa y con vestido negro). Parecen fotos de una modelo posando. La ficha incluye los datos de la escort: ciudad, edad, peso, estatura,

medidas, idiomas, servicios (francés, griego, beso negro, pareja, sado, activa, pasiva...), e-mail, web y precio y un breve texto explicativo:

Hola, mi nombre es Valeria, soy una chica alegre, extrovertida y jovial me encanta el deporte, el cine y el baile sensual. Mi etapa como gogó y profesora de aeróbic me mantienen el cuerpo bien definido y con curvas provocadoras... En la intimidad soy dulce y atrevida en cualquiera de mis relaciones, disfruto mucho cada momento placentero de mi vida. Te aseguro que conmigo no te aburrirás. Te haré una baile erótico para empezar con alegría y disfrutar al máximo... ¡Te espero cielo, dime cómo quieres que te reciba y te complaceré!

Apuntamos al comienzo del capítulo que el contexto digital ha cambiado por completo la industria del sexo y la prostitución. Uno de los cambios más notorios es que la imagen del cliente está bastante alejada del hombre que furtivamente se acerca a un coche. En internet, al cliente de prostitución se le aborda con las mismas estrategias de consumidor y usuario que podrían emplearse para cualquier otro producto o servicio. No se produce un efecto de extrañeza, de toma de distancia, hay una cotidianidad que trae consigo la continuidad entre estas páginas y cualquier otra, con respecto al lenguaje empleado y las acciones comunicativas que se pueden llevar a cabo.

Veamos varios ejemplos. Uno de ellos es utilizar la aplicación de Google Maps para situar las fotografías de las mujeres que se anuncian como en Erosguía, esta representación visual es absolutamente familiar para los usuarios habituales de la red. De este modo, localizamos los restaurantes favoritos o las tiendas que necesitamos del mismo modo que tenemos localizados, como puntos en un mapa, a las mujeres.



Otro aspecto que nos parece especialmente relevante es la incorporación de las redes sociales a la publicidad de prostitución. Estas webs tienen insertado cuentas de twitter, por ejemplo, de modo que si un cliente se convierte en seguidor estará recibiendo reclamos e información sobre prostitución de modo rutinario en el espacio de su día a día. Se informa de la prostitución como de cualquier otro portal de consumo (libros, películas, ropa, etc.). Estos portales ofrecen Newsletter, boletines a través del correo electrónico para mantener la relación con los clientes y potenciar, como

veremos, la idea de comunidad y de máxima calidad y profesionalidad.



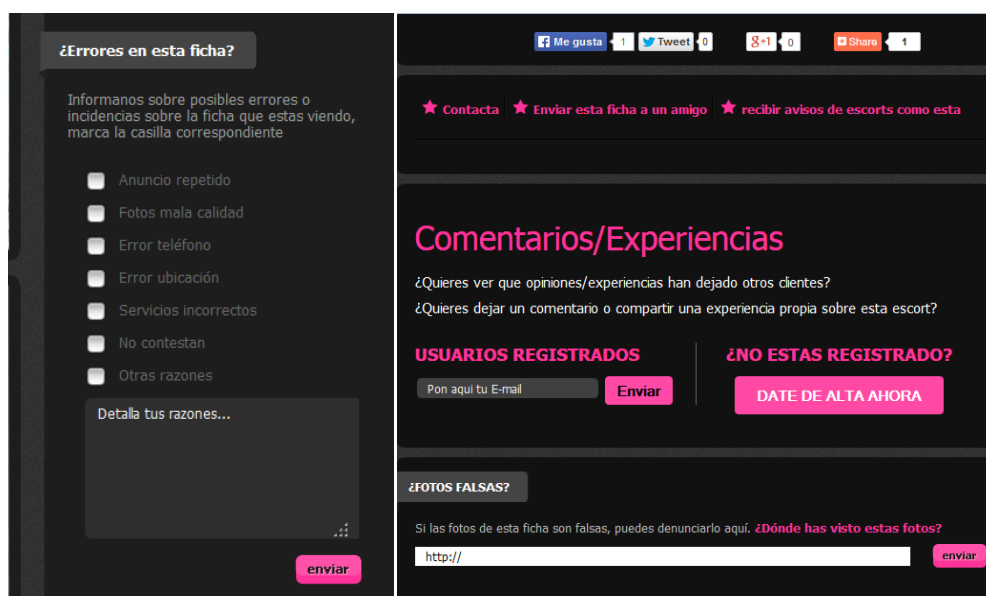
A screenshot of the EROSGUIA newsletter sign-up form. At the top center is a red circular icon with a white double-headed arrow. On the left, the 'EROSGUIA' logo is displayed above the text: 'Portal líder desde 2004. Cientos de escorts y travestis se anuncian en erosguia. Disfrútalo y no te olvides de recomendarlos a tus amigos.' Below this are social media icons for Facebook, Twitter, and a plus sign. At the bottom left are links for 'Condiciones de uso - Nota Legal' and 'Política de Privacidad'. The main form area is titled 'Newsletter' and asks '¿Quieres recibir en tu correo todas las novedades y noticias?'. It includes a dropdown menu for 'Escort en Barcelona', an 'email' input field, and a red 'Enviar' button. To the right, there are sections for 'Escorts' and 'Travestis', each with links for 'Barcelona', 'Madrid', and 'España'. A red 'Anúnciate YA' button is present, with a note below it: 'Y empieza a recibir llamadas desde hoy mismo'.

Estas páginas se acompañan además de una retórica tecnológica que ayuda a contagiar la idea de glamour y modernidad a la prostitución, por ejemplo, como se puede ver en la imagen de Hottescort, haciendo alusión a que el contacto con estas mujeres estará disponible a través de cualquier dispositivo. El eslogan “*Nos adaptamos a ti. No importa el dispositivo siempre te ofreceremos la mejor experiencia*”, es sin duda una metáfora evidente que ahonda la cosificación de las mujeres ofertadas y equipara las experiencias sexuales a cualquier otra opción de ocio a la que se pueda acceder a través de la web.

A screenshot of the EROSGUIA website interface. The top navigation bar includes the 'EROSGUIA' logo, dropdown menus for 'Escorts', 'Travestis', 'Agencias', and 'Webcams', a user profile icon with a '0' notification, a red 'Anúnciate' button, and a language selector for 'Español'. The main content area features a large image of a laptop, tablet, and smartphone displaying the website. To the right of the devices, the text reads: 'Nos adaptamos a TÍ' followed by 'No importa el dispositivo, siempre te ofreceremos la mejor experiencia'. Below this are icons for Windows, Apple, and Android. A black sign with white text says 'Espacio publicitario DISPONIBLE 610 236 572'. At the bottom, there is a 'Map ESCORTS' logo, a 'Últimas Novedades' button, and filter options for 'Servicios', 'con Video', and 'por Mapa'. A small text block at the bottom right states: 'Si estás por Madrid acércate a una de las Agencias que te proponemos. Encontrarás a la chica que estás buscando. Seriedad y discreción desde tu llegada. Facilidades de acceso y muchas más comodidades por descubrir. Los mejores servicios de escorts, de Agencias y locales, están en Erosguia.'

Al **cliente** se le conceden ciertas cuotas de poder, en el manejo de la información sobre las mujeres, por ejemplo, puede informar de los posibles errores o incidencias que encuentre en un anuncio y dar sus razones. Puede contar su experiencia, votar y hacer valoraciones, recomendar esa mujer a un amigo o leer lo que otros han escrito: “¿Quieres ver que opiniones/experiencias han dejado otros clientes?”. Estas web aspiran a configurarse como una red social en la que el usuario se registra y comparte con otros; así vemos cómo lo que antes era privado y habitualmente no se explicitaba en

el espacio público, empieza a tener una legitimidad suficiente como para que los clientes no se sientan avergonzados y, de hecho, lo compartan con otros formando una comunidad. Esta idea de comunidad de clientes recuerda al posicionamiento de los autodenominados “343 Cabrones” del manifiesto francés en defensa de la prostitución, cuando se discutía la nueva ley. Para diseñar intervenciones que tengan como objetivo desincentivar la demanda, sin duda, será importante realizar análisis pormenorizados de cómo evolucionan estos portales.



Por último, estas empresas se posicionan como lobbys en el debate sobre la prostitución de manera clara a través de la web. El contexto digital ha permitido cuestionar el papel de los medios como intermediarios necesarios en la transmisión de información y de perspectivas sobre los asuntos públicos. Si bien todavía los medios convencionales, como los analizados en este estudio, son fundamentales para establecer el presente de referencia y los discursos hegemónicos, cada vez son más los lugares que conforman el espacio público digital.

Las distintas perspectivas y puntos de vista de los actores implicados encuentran sus medios de expresión a través de la red y se comunican de manera directa con los lectores y usuarios. Así sucede con estos portales empresariales sobre la prostitución que son conscientes de que para mantener su status y garantizar su continuidad, deben lograr el mantenimiento del status quo o un cambio de regulación que no penalice la prostitución. De ahí que opten por publicar sus propios medios a través de blogs.

Como podemos observar en las entradas del blog de Erosguía se tematiza desde prácticas específicas de la prostitución (Besar en la boca) hasta la discusión sobre la legalización, tanto en España como en otros países, así como mencionan la aparición de este debate en los medios de comunicación.

Agencias ▾ Webcams  0 Anúnciate Español ▾

blog

Prostitución: regular o prohibir
 Es una decisión libre, en la que sólo ella es juez en esta causa y nadie más debe meterse. Su cuerpo le pertenece, puede usarlo como considere. Pero hay mujeres que no tienen esta opción de elección y debemos denunciar y luchar contra ello.

Escorts: "Besar en la boca. Eso no lo hago jamás"
 Estrella, es la escort de Madrid con la que me he citado para escribir este post, y esto es lo que me responde a mi pregunta sobre los límites de una escort con los clientes.

Legalización en Alemania: ¿ejemplo para aplicar en España?
 La Ley de Prostitución alemana. ¿puede ser un ejemplo para Madrid o para toda España?. Cuales son sus aciertos, errores y críticas al sistema legal. ¿A quién ayuda la ley de la prostitución en Alemania?

Madrid: Prostitución a las afueras, peligro para sus adentros
Escorts y putas de Madrid en el reportaje de Callejeros. Todos los puntos de vista en este video: los clientes, las putas, los vecinos ... con ese aire poligono que tanto gusta a Callejeros.

Los actores interesados en la legalización de la prostitución, en este caso los “mediadores publicitarios”, intervienen con voz propia en el debate que se ha ido dando cuenta en estas páginas, aportando al cliente argumentos y justificaciones a favor de la prostitución voluntaria y no forzada y haciendo mención a la trata para distanciarse de ella, si bien se obvia la conexión entre la proliferación de la demanda y el incremento de mujeres explotadas. Es decir, estas webs son un actor más que defiende la regularización de la prostitución y cabe pensar que su acción comunicativa crezca en los próximos años.

f COMPÁRTELO

g+  5

Prostitución: regular o prohibir

ENE 27, 2014

Hay algo terrible, denigrante y humillante en la prostitución obligada. Cuando una mujer se prostituye por voluntad y decisión propia, está haciendo un uso de su cuerpo, en pleno derecho de sus facultades. Podemos estar de acuerdo o no, pero es una decisión libre, en la que sólo ella es juez en esta causa y nadie más debe meterse. Su cuerpo le pertenece, puede usarlo como considere.

Ahora bien, **hay algo horrible cuando esa decisión la toma otro sobre un cuerpo que no es suyo**, sobre una vida que no le pertenece.



6.3.3. Televisiones

En 2007 la Secretaría de Estado de Igualdad entregó una propuesta de reforma de la Ley General de Publicidad a los grupos parlamentarios que trató de eliminar la publicidad de prostitución de la prensa y de sus ediciones digitales, pero no se planteó entrar a regular internet y canales de televisión. Todavía hoy, la emisión de este tipo de anuncios de contactos no está regulada lo que hace que no se estén adoptando las medidas necesarias y que los menores estén teniendo acceso a estos contenidos.

En julio de ese mismo año, la Fiscalía del Tribunal Superior de Justicia de Andalucía remitió un decreto al Consejo Audiovisual de Andalucía donde afirmaba que la publicidad relativa a contactos sexuales, emitida en televisión fuera de los horarios de protección del menor no era, con carácter general, ilícita ni podía considerarse violencia de género. La Fiscalía alegó que “al no existir una regulación específica de la publicidad de contactos sexuales debe considerarse que esta actividad está, al menos en principio, amparada por el derecho a la libertad de expresión e información”. Asimismo “deberá ser considerada como publicidad ilícita aquella que atente contra la dignidad humana, el derecho de igualdad entre mujeres y hombres, o el libre desarrollo de los menores de edad”. Y por ello exigió al Consejo “valorar los mensajes publicitarios caso por caso, teniendo en cuenta su formato y contenido, así como el horario y medio en el que se difunden”. Recordó “particularmente necesario impulsar el respeto a los horarios de protección de menores, instando a los distintos canales para que no emitan publicidad que pueda afectar al libre desarrollo de la personalidad del menor”.

Es en las televisiones donde se aúnan los dos elementos más extremos de los anuncios de contactos: por un lado, los chats de relaciones personales en los que se busca simplemente amistad o pareja y por otro, la pornografía. Como veremos más adelante, ambos coinciden y se fusionan creando horas de emisión y beneficios para estas cadenas.

Las televisiones de carácter nacional no emiten este tipo de publicidad. De los canales encontrados en el servicio de TDT en la ciudad de Madrid hemos analizado tres televisiones con anuncios de contactos: Teleservicios, Canal 7 y 8 Madrid. La muestra se tomó en 11 de abril de 2014.

Los espacios ocupados tienen el mismo **formato** dividiendo la pantalla en dos o tres recuadros. En el faldón inferior a modo de *scroll* o texto deslizante van emergiendo mensajes de texto (SMS a 1,45€ cada uno) de contactos y relaciones. En el recuadro superior, el más grande, se emiten imágenes de chicas sugerentes o películas porno editadas para no mostrar nunca más allá de lo permitido. La Ley General Audiovisual aprobada el 18 de marzo de 2010 prohibió las escenas de violencia gratuita o pornográficas incluidas en series, películas o programas de televisión en abierto. En esta ley también se disponía que los contenidos que puedan resultar perjudiciales para el desarrollo de los niños, sólo podrían emitirse en la franja horaria comprendida entre las 22h y las 6h.

Cabe destacar que cada canal tiene unas **horas de emisión** diferentes. Mientras que 8 Madrid solo lo hace de 2 a 6 de la mañana, Canal 7 y Teleservicios lo hacen casi todo el día exceptuando unas horas en la tarde/noche en el caso de este último. De 23 a 6 horas emiten con imágenes para adultos, pero el resto del día rellenan su programación con anuncios de texto de contenido similar.

Existen dos **tipos de anuncios**: los que solo son texto y los que incluyen vídeos o fotos. Los primeros tienen apariencia de chat en el que continuamente aparecen mensajes (SMS) que los particulares envían. Al igual que en el resto de medios analizados se asume que son mensajes individuales y que detrás de ellos no están agencias o clubs, aunque en algunas ocasiones es difícil no pensar lo contrario. Debido a la limitación de caracteres son similares a los anuncios insertados en prensa. Escuetos y concisos y con un teléfono de contacto en la mayoría de los casos. Muchos especifican los servicios ofrecidos y el precio.

“...8553: MD KAROLINA 21A DELGADITA ALTA GUAPA FRANCÉS NATURAL POSTURAS X 50E MEDIA HORA TAXI INCLD TODO MADRID (número de teléfono móvil) FIESTERA (número de teléfono móvil)”

“...1343: busco chika no profesional x ayuda económica k se desplace a torrejón de ardoz doy 75 euros (número de teléfono móvil) no tokes ni privado (número de teléfono móvil)”

“...7912: MD tio de Madrid x tio.d 40 a 45 amistad y lo K surja.real.no perdds.no ocults slo sms (número de teléfono móvil)”

Los segundos resaltan un número de teléfono de tarificación adicional, 803 para los de adultos (pornografía) y 806 para los de entretenimiento (tarot), que también aparecen mezclados con éstos. Sólo son teléfonos eróticos, no son anuncios de clubs o agencias. Contienen imágenes de películas pornográficas o de vídeos grabados con cámaras web.

“Llama ya tú decides 803xxxxxx”, “805xxxxxx hombres y mujeres reales”, “tócate para mí 805xxxxxx”, “Llama ahora a sexcasino 803xxxxxxxxx”.

Es en el recuadro inferior y en del lateral derecho donde se coloca permanentemente la publicidad de contactos. Hay que señalar que la película también tiene los debidos cortes publicitarios (de diez minutos de duración) para incluir anuncios a pantalla completa. Son las mismas empresas de servicios en tecnologías de la información (empresas externas) las que gestionan estos espacios. Los anuncios suelen ser idénticos en todas las cadenas, variando el orden de emisión.

Tanto en los de texto como en los que contienen imagen (fija o en movimiento) se mantienen los mismos elementos y estereotipos que hemos venido constatando. Se hace referencia a la edad, sus atributos o características físicas, a los servicios prestados y al desplazamiento o zona donde se ejerce.

La diferencia que observamos es que al estar bajo apariencia de un chat de relaciones, aunque una gran mayoría de ellos son de ofertas de mujeres, se pueden encontrar **una mayor cantidad de anuncios de hombres que demandan**. La demanda de mujeres (hacia hombres) aparece y aunque sea escasa debe resaltarse ya que ni en prensa ni en los portales de internet se ha encontrado. La oferta masculina está mayormente enfocada al público homosexual. No hemos encontrado ni rastro de oferta o demanda lésbica. Se ha advertido que cuando el anunciante no indica su sexo se asume que es heterosexual.

6.3.4. Reparto de tarjetas

En los últimos años ha hecho aparición otro fenómeno de anuncios de contactos: **el reparto de publicidad en los coches y por las calles**. En la ciudad de Madrid no se ven en todos los barrios sin embargo, no es extraño encontrar carteles y tarjetas de clubs o agencias de prostitución en distintos lugares de la ciudad. La muestra que hemos seleccionado corresponde a lo que las investigadoras encontraron en sus barrios (Distrito Chamberí, Tetuán y Retiro) y en sus desplazamientos por Madrid. En la muestra se pueden encontrar tarjetas con calidad considerable, en papel satinado y a color, que pertenecen a clubs o salas de masajes, pero el resto de las llamadas tarjetas son simplemente fotocopias en blanco y negro, teniendo un coste realmente bajo en su producción.

El artículo 2, apartado 1, c, de la Ordenanza Reguladora de la Publicidad Exterior del Ayuntamiento de Madrid prohíbe expresamente el reparto o entrega en vía pública de folletos, anuncios, pegatinas o cualquier otra clase de producto publicitario que anuncie prostitución, pero parece que esto no tiene consecuencias a la vista de la cantidad de tarjetas que hemos encontrado.

A lo largo de un mes, se han reunido 19 tarjetas diferentes de las cuales, excepto una (referida a un “club whiskería”) todas tenía fotos. Al ser un formato de escasas dimensiones tanto el texto como la foto deben ser reducidos. En dieciséis de estas fotografías las chicas aparecían semidesnudas y sólo en dos desnudas. Por el contrario hemos encontrado en proporción mayor cantidad de fotos con un plano detalle, en el que se realzan atributos, en relación a las páginas webs. Sin embargo, observamos como norma general y extendida que todas las chicas salvo una ocultan su rostro. Las

características que se resaltan son la edad (jovencitas, maduras...), la nacionalidad (españolas, latinas, orientales...) o los servicios (completo, masaje erótico...). Estas representaciones guardan una relación estrecha con los anuncios de prensa y con los clasificados en internet.

Lo más destacado es la inclusión del precio y de posibles ofertas respecto a éste (al portador de la tarjeta, copa gratis, no lo tires vale por la 2ª consumición, 15 minutos más gratis presentando este flyer) y el generar una idea de “novedad” (inauguración, novedad en tu zona, chicas nuevas en Vista Alegre...).

Las tarjetas más sofisticadas añaden sus direcciones web o el código bidi para poder consultar sus servicios, tarifas y demás información. Aquí se ve cómo se utilizan las nuevas tecnologías del mismo modo que lo haríamos en otros tipos de publicidad actual.

Para finalizar tomemos una de estas tarjetas como ejemplo:

- Texto: masajes & relax
- Precio: desde 30 euros
- Zona: O'Donnell
- Fotografía: semicortado, cuerpo cortado
- Servicios: masajes eróticos con diferentes terminaciones
- Atributos: jóvenes y discretas
- Teléfono, web y código bidi

7. CONCLUSIONES

7.1. Conclusiones acerca del tratamiento informativo

El tratamiento informativo de la prostitución y la trata con fines de explotación sexual en los medios españoles se caracteriza por sus claroscuros, sus ambivalencias y sus más que evidentes limitaciones. En primer lugar, aunque podríamos concluir que las representaciones mayoritarias tienden a estigmatizar el mundo de la prostitución al vincularlo con las delincuencia, la violencia y los espacios marginales, esta idea –siendo en parte cierta- no daría cuenta de las **modificaciones y desplazamientos que ha experimentado el discurso informativo en los últimos años** con respecto a los resultados de estudios anteriores.

Entre los cambios positivos, destaca la paulatina incorporación de estos temas a la agenda mediática. Durante la última década, se ha ido articulando el asunto con entidad propia, de forma especialmente compleja por la cantidad de fenómenos que se entrecruzan en su configuración. A los temas tradicionales sobre el debate del marco regulador de la prostitución y los conflictos que esta actividad genera en el espacio público, se ha unido la cobertura del fenómeno de la trata. Puede afirmarse que la explotación sexual recibe atención por parte de los medios que la cubren de manera rutinaria y sistemática, si bien con **limitaciones** ya que lo hacen casi en exclusiva a través del relato de la operación policial.

Los medios han posibilitado que la ciudadanía conozca la existencia de la trata y la han categorizado como una nueva forma de esclavitud vinculada a los fenómenos migratorios. Quizá, en términos generales, ésta sea su única aportación, es decir, **sabemos que existe, que la policía actúa contra ella, pero eso no implica que se estén ofreciendo explicaciones que ayuden a su comprensión y fomenten la corresponsabilidad de la sociedad** en su conjunto con respecto a esta forma de ejercer la violencia contra las mujeres y vulnerar sus derechos.

La construcción de este asunto en el espacio público es muy compleja y difícilmente podemos decir que esté bien resuelta, porque se encuentra aquejada de indefinición, ambivalencias y planteamientos dicotómicos que colaboran en su simplificación y en el mantenimiento de la perspectiva estigmatizadora. Las líneas editoriales de los medios a este respecto son difusas y al igual que la sociedad, los medios no han resuelto cómo articular en un discurso coherente el trabajo sexual y la trata con fines de explotación sexual.

En términos hegemónicos, conviven los discursos que normalizan la existencia de la prostitución – y que, mayoritariamente, tienden a presuponer que ésta no es forzada-, con el relato policial sobre la trata. Sin embargo, el tratamiento informativo en los medios convencionales no ha llegado a explicar de qué modo se inserta la trata en el contexto de la prostitución. Los medios no suscriben la perspectiva abolicionista que sugiere que la práctica totalidad de las mujeres en situación de prostitución lo hacen de modo forzado, sino que suelen admitir la perspectiva que concibe la prostitución como una profesión o, al menos, una actividad asimilada. Esto último no significa que todos los medios defiendan la legitimidad del trabajo sexual y los derechos laborales de las mujeres. En este punto, hay diferencias notables, por ejemplo, mientras medios, como por ejemplo Público, admiten esta idea y le da voz, otros medios como por ejemplo ABC normalizan la prostitución como una actividad marginal, sin carácter laboral.

Los lectores y espectadores pueden preguntarse, ¿cómo es posible que si la prostitución es una actividad voluntaria, incluso positiva –a tenor de ciertas representaciones estereotipadas que hablan

del glamour y del dinero fácil- haya tantas noticias sobre mujeres en situación de prostitución y sobre la explotación sexual? ¿Cuál es la magnitud de este fenómeno? ¿Cuántas y quiénes son unas y otras? ¿Qué tienen en común? Además, cabría preguntarse: ¿cuál es mi responsabilidad al respecto?, ¿qué puedo hacer? Esta investigación demuestra que la falta de respuesta a estas preguntas es una de las limitaciones principales del tratamiento informativo sobre la prostitución y la trata.

No se podrá **conformar un espacio de debate** sobre la prostitución en España y hacer avanzar la controversia sobre el mismo si la ciudadanía no tiene suficientes datos y relatos para contestar a estas preguntas. Es necesario ahondar en ellas porque sólo así es posible reflexionar y adoptar una posición en la controversia que no sólo considere el ejercicio de la prostitución en abstracto (como institución social), sino a partir de las condiciones específicas en las que ésta sucede en una sociedad marcada por las desigualdades económicas, de género, étnicas, etc.

La falta de investigación periodística, la ausencia de una diversificación de las fuentes, la carencia de un lenguaje pertinente y riguroso, la banalización, la simplificación, el sensacionalismo, el recurso a los lugares comunes y a las representaciones visuales estigmatizadoras permite, por un lado, el **mantenimiento del estigma** de la prostituta que diferencia entre buenas y malas mujeres y, por otro, la emergencia de un modelo explicativo que se articula a través de una representación, también dicotómica, entre la buena y la mala prostitución.

Estos modelos dicotómicos permiten trazar relaciones y delimitar fronteras en el espacio social. Cada una de las figuras que habitan la representación mediática no se explica de modo autónomo, sino por comparación entre ellas. Para que existan las mujeres privilegiadas y respetables (las mujeres españolas o europeas) tienen que existir las mujeres inapropiadas (las mujeres inmigrantes y/o prostitutas), y viceversa. Para que alguien haya sido categorizado como excluido, marginado, inmoral o subalterno, otro sujeto ha tenido que ocupar una posición jerárquicamente superior y arrogarse los valores, intereses, creencias y emociones propios del bien común, legítimos y admisibles en la esfera pública.

Los relatos sobre prostitución y trata en los medios españoles todavía sirven mayoritariamente para construir esta contraposición entre mujeres moralmente respetables y afortunadas y aquellas que no lo son. Lo novedoso de este nuevo contexto es que se ha consolidado una representación en la que los **discursos clásicos sobre prostitución se entrecruzan con los discursos sobre las mujeres inmigrantes** (caracterizadas desde una mirada colonial como subdesarrolladas e hipersexualizadas). En este cruce de caminos representacionales, hay una nueva variante y es la que establece un espacio propio entre las mujeres inmigrantes que ejercen la prostitución para las víctimas de trata. En este caso, las víctimas de trata cargan con todos los estigmas de las categorías anteriores, ya que **su condición de víctimas agrava todos los rasgos prejuiciosos y discriminatorios**, no les libera sino que los agudiza, porque son concebidas como las más subdesarrolladas (fueron engañadas) e hipersexualizadas (la violencia ejercida sobre ellas las estigmatizó aún más al convertirlas en objetos).

Esta imagen contrapuesta entre buena y mala prostitución sirve también para **modificar la figura de los proxenetes**. Ahora es posible hablar de proxenetes autorizados, legales y con una cierta imagen de respetabilidad, porque quedan comparados con la figura malvada, violenta e ilegal de los tratantes.

¿Y los clientes? La dimensión de clase siempre ha dibujado un perfil de buenos y malos clientes, mientras que los ejecutivos y personajes famosos pueden no recibir ningún tipo de sanción en el discurso mediático, o hacerlo de modo matizado (por ejemplo, ocupando el papel de seducidos), los

clientes de clase baja y los inmigrantes varones quedan atrapados en el ámbito estigmatizado de la prostitución (a través de la violencia o la cuestión del higiene, por ejemplo). Hemos visto a lo largo del estudio que **la figura del cliente sigue estando ausente en relación al resto de actores implicados**; no obstante, ha habido un cierto desplazamiento al respecto. Tanto los discursos de las perspectivas abolicionistas, como –inspiradas por ellas– las propuestas normativas que contemplan las sanciones y multas a los demandantes de prostitución han obligado a los medios a visibilizar esta figura que siempre permanecía presupuesta. El debate sobre las multas fuerza la aparición de los clientes pero, de momento, el tratamiento informativo no ha dedicado a espacio –al margen de la cobertura de campañas institucionales– a saber quiénes son, a hablar de sus motivaciones o a señalar su corresponsabilidad en la trata. Ésta es una asignatura pendiente y que implica un difícil reto para los medios, porque si es difícil acceder a las víctimas de trata como fuentes, casi lo es más a los demandantes de prostitución.

Puede ser que la solución aparezca cuando el foco pase de lo anecdótico a lo estructural, cuando se presten atención a las causas y los contextos y no sólo a los efectos, a la diversidad frente a la búsqueda de perfiles. Transitando este camino, la cobertura mediática podría volver cargada de argumentos, cifras, contextualización y, sobre todo, comprensión, para entonces contar las historias particulares y ofrecer los testimonios de los sujetos implicados, fundamentalmente, de las mujeres.

Consideramos que hay una falta de producción en relación a los imaginarios. Los medios incorporan las temáticas pero eso no implica que estén ampliando sus límites, que abran nuevas vías de explicación, ni que estén experimentando con otras formas de narrar o buscando métodos con los que captar la atención de los receptores para que estos se interesen por la trata. La mayor parte de la población nunca ha tenido relación directa con la prostitución, al margen de su contemplación en el espacio público y de sus representaciones mediáticas: ficcionales, publicitarias e informativas. ¿Cómo saber qué sucede al otro lado del prostíbulo?, ¿y en los márgenes de las carreteras o en los pisos? ¿Cómo es la vida cotidiana de las mujeres? ¿Cómo sobreviven? ¿Cómo son sus familias? ¿Qué desean? ¿Cuál son sus trayectorias vitales? ¿Cómo van insertar la prostitución o la explotación sexual en ellas? ¿Qué obstáculos les impone el marco regulador para seguir adelante? ¿A qué tipo de abusos deben hacer frente? Y, sobre todo, ¿qué tienen en común conmigo? ¿Cómo pueden llegar a acceder al estatus de ciudadanas con plenos derechos?

Habría que indagar, densificar los imaginarios, aportar luz frente al oscurantismo tradicional, pero desde una mirada que no sature y pretenda resultar transparente, sino respetuosa ante la complejidad, capaz de dar voz a la pluralidad y a las perspectivas en conflicto y, sobre todo, capaz de ofrecer un espacio de justicia y reparación a las víctimas. Quizá podríamos trasladar la metáfora y afirmar que **los medios tienen que lograr a través de sus noticias, reportajes e imágenes que la población se ponga las gafas de la prostitución y la trata.** A través del tratamiento informativo, uno puede llegar a mirar su entorno y a sus vecinos de otro modo, cuestionarse si las ideas preconcebidas que tenía hasta el momento sobre la prostitución pueden seguir manteniéndose, si es posible tenerlo todo tan claro. **Tal vez, el siguiente paso que puedan dar los medios sea precisamente ese: conseguir que la duda sea, al menos durante un tiempo, la norma.** Hacer dudar a la ciudadanía, apuntar a que lo único en lo que estamos de acuerdo es en que no estamos de acuerdo, en que existe una controversia y que antes de resolverla tendremos que conocer todo lo que está en ella implicado.

A la vista de los temas que han surgido en la agenda informativa durante el tiempo de esta investigación una parte del trabajo mediático va en esta línea. Se han recogido las polémicas sobre las medidas que sancionan a los clientes, sobre el cambio del código penal en relación al delito de proxenetismo, el debate sobre la incorporación a la contabilidad en el PIB de la prostitución, se ha

informado de la primera cooperativa de trabajadoras sexuales y de las dos primeras víctimas de trata a las que se le ha concedido el asilo por dicha condición, se ha hablado del escándalo por el primer curso sobre prostitución y asistencia sexual a discapacitados y se ha publicado puntualmente cada una de las actuaciones policiales y juicios sobre la trata.

No se puede decir que el asunto no esté en los medios, ni que no se esté afrontando la controversia. Las páginas de opinión, en una mirada transmediática, recogen todo tipo de perspectivas, tanto abolicionistas como regulacionistas, hay miradas moralizantes y sancionadoras, las hay liberales que defienden el espacio de la privacidad sexual y la no injerencia del Estado y, por supuesto, también las que adoptan un enfoque de derechos humanos que reivindican la justicia y aluden a las estructuras de la desigualdad.

Lo anterior no implica una visión optimista, ni conformista con respecto al tratamiento mediático de la prostitución y la trata con fines de explotación sexual en los medios españoles, sino que pretende señalar que no todo es reiteración y repetición, también hay traslaciones que apuntan a que es posible una reformulación de las representaciones mediáticas que podrían, incluso, llegar a demostrar que la prostitución no tiene por qué ser una institución inevitable, como pasó con la esclavitud.

El entramado de organizaciones civiles y políticas y las administraciones públicas está afrontando el debate sobre la prostitución y sobre los mecanismos eficaces en la lucha contra la trata. Por el momento, los medios se hacen eco de todo ello de manera limitada –debido a la falta de diversificación de fuentes-, pero lo que se necesita es que se incorporen como actores activos, desde la conciencia de su corresponsabilidad, como ya hicieron al respecto de la violencia de género entre parejas sentimentales.

Creemos que esta incorporación no debería hacerse en términos dicotómicos, aplicando el marco de buena y mala prostitución, como tampoco es de ninguna utilidad continuar con las representaciones estigmatizadoras (por ejemplo, las visuales). Es importante repensar las estrategias y hacerlo colectivamente, algunas de ellas están bastante claras, gracias al trabajo de organizaciones, investigadores y periodistas especializados que llevan tiempo ocupándose de esta cuestión. La primera sería **incorporar a las mujeres como protagonistas** y no como simples figuras silenciadas siempre contadas por otros y aplicar para ello un enfoque de fortaleza y de supervivencia, tanto para las víctimas de trata como para las que no lo son. Contar estos fenómenos teniendo como guía un **enfoque de derechos humanos** y, específicamente, el **vínculo con las estructuras de la desigualdad de género, de clase y etnia, así como, con el marco de la violencia contra las mujeres**. (Desde nuestro punto de vista, es inconcebible que socialmente el reconocimiento de la violencia de género haya quedado circunscrito a las “buenas” mujeres, mientras que las otras –víctimas de trata, entre ellas- estén desprotegidas, puesto que parece que sufren una violencia de otro tipo, que no responde a las estructuras del patriarcado, sino a condiciones vitales particulares y, lo que es peor, a factores psicológicos o de carácter moral.)

Con respecto a la trata con fines de explotación sexual y al debate sobre la prostitución, **las recomendaciones básicas son comunes (o deberían serlo) a todo ejercicio periodístico, proporcionar una cobertura del fenómeno rigurosa, precisa y plural, guiada por la ética y deontología profesional y comprometida con la justicia social, y los valores democráticos**.

Con respecto al debate en torno a la legalización y condiciones de ejercicio del trabajo sexual, para evitar su anquilosamiento **los medios tienen la responsabilidad de ser plurales, de recoger todas las perspectivas existentes al respecto y presentarlas contrastando los puntos de vista y verificando los datos que cada una de ellas aporta a la controversia**. El objetivo es que los

lectores y espectadores, en primer lugar, tomen conciencia de que es un asunto que les atañe y, en segundo lugar, puedan adoptar una posición particular en este debate en la esfera pública.

Habría que **desterrar el amarillismo y el sensacionalismo** evitando rebasar la línea que separa lo que es informativamente significativo para comprender un asunto o para participar en el debate y lo son simples detalles morbosos y violentos que generan fascinación y no favorecen la reflexión.

Los sujetos de la información no tienen que ser tratados como objetos, ni ser instrumentalizados, ni en la relación que se establece con ellos como fuentes, ni en su representación en los relatos informativos –por ejemplo, privándolos de voz-. Para que esto no suceda, es importante que se lleven a cabo investigaciones periodísticas, de ese modo, los lugares comunes, estereotipos, imágenes manidas, etc. serán sustituidos por datos, historias, imágenes novedosas, actuales y, sobre todo, rigurosas, precisas y justas con la realidad de la que dan cuenta.

Los trabajos periodísticos más elaborados, basados en la formación, especialización e investigación sobre la prostitución y la trata previenen del empleo de un vocabulario y de referencias incorrectas e incompletas, cuando no prejuiciosas (por ejemplo, evitaría el empleo del término trata de blancas, de otros términos despectivos hacia las mujeres, o distinguiría en qué consiste el delito de tráfico que se comete contra el Estado, frente al de trata que se comete contra una persona).

Una **mirada especializada y, sobre todo, comprometida con la defensa de los derechos humanos** ayudaría a que no fuese posible hablar de prostitución infantil y sí de abusos infantiles. No permitiría una explicación fácil de la trata aludiendo solamente a la maldad de los proxenetas y tratantes y, en su lugar, ofrecería narraciones y explicaciones en las que se puedan observar las conexiones y factores que intervienen a nivel internacional, nacional y local. Una buena cobertura revelaría qué hacen los tratantes, cómo y para qué; cómo las redes locales de origen se conectan con las redes en los países de acogida; cuáles son las etapas del delito (captación, transporte, recepción y explotación); cuáles son las medidas de coacción que funcionan y cuáles los contextos sociales, económicos y culturales que las hacen efectivas y, por último, en qué condiciones viven las mujeres que son prostituidas, cuándo y cómo se produce la explotación laboral, qué conexiones hay con el servicio doméstico o con otros modos de trata.

Además hay que **explicar mejor el marco jurídico**: qué penas se aplican, qué nivel de impunidad existe, qué efectividad tienen las medidas y protocolos aprobados, cuáles son los vacíos legales y de qué modo podrían resolverse, qué sucede en otros países, y sobre todo, habría que enfatizar en la sanción que reciben los proxenetas, traficantes y agresores de todo tipo.

Así mismo, los medios podrían **abandonar la estigmatización de las mujeres y de los niños afectados por la trata, evitando presentarlos exclusivamente como víctimas y promoviendo, como ya apuntamos, el enfoque de fortaleza, que describe a estos sujetos como supervivientes**. Lo que implica considerar la trata o la prostitución no como un atributo de las personas, sino como una situación en el conjunto de una trayectoria vital más amplia. Es básico demostrar que hay salidas, que las personas no tienen por qué quedar marcadas por lo que hacen o lo que les han obligado a hacer de por vida. Tenerlo presente ayuda a construir puentes entre las ellas y nosotros, favorece la búsqueda de imaginarios sobre la condición compartida como vecinos y ciudadanos.

A la vista de los resultados de esta investigación es urgente además que haya un cambio radical en las representaciones visuales. Hay que respetar el anonimato de las víctimas, pero eso no puede ser excusa para la proliferación de imágenes oscurantistas que parecen criminalizar a las mujeres, más que a los tratantes o a los explotadores sexuales, **tampoco puede sostenerse la constante sobreexposición e hipersexualización a la que son sometidas las mujeres, sobre todo, las**

mujeres inmigrantes. Quizá habría que apostar por imágenes abstractas, ilustraciones, planos de detalle, infografía, etc.

Por otra parte, **los medios son un poderoso instrumento de sensibilización social y está en su mano incidir en aspectos concretos como la promoción de la denuncia, familiarizando a los lectores y espectadores con situaciones que favorezcan una posible identificación de las víctimas, e informando sobre los mecanismos establecidos para denunciar** (mails, teléfonos, organismos especializados, etc.).

En conclusión, una actitud de corresponsabilidad por parte de los medios y de los profesionales de la información puede contribuir a sensibilizar a la ciudadanía para luchar contra el delito de la trata y para hacer avanzar la controversia en torno a la prostitución. Los resultados de la investigación, pese a las limitaciones ya mencionadas, apuntan a la capacidad de los medios para contribuir al fin de la tolerancia social de la prostitución como forma de discriminación y trato no igualitario ni justo hacia las mujeres.

7.2. Conclusiones acerca de la publicidad de prostitución

Tradicionalmente el debate sobre la publicidad de contactos ha animado y potenciado parte de la discusión acerca de la prostitución en la esfera pública. Las intervenciones parlamentarias y las propuestas legales al respecto han llevado a los medios de comunicación estos asuntos; sin embargo hasta el momento éstas se han centrado casi en exclusiva en los anuncios publicados en prensa impresa y no tanto en su presencia en el resto de medios. Durante la última década, los periódicos impresos han perdido número de lectores y, correlativamente, ha disminuido significativamente la cantidad de anuncios de contactos. A pesar de este notable descenso en prensa, **la publicidad de prostitución se ha incrementado gracias a la diversificación de medios.**

Es precisamente en la prensa donde los anuncios han quedado más obsoletos. Si se comparan los anuncios de relax del mismo día pero veinte años atrás en ABC podemos encontrar el mismo tipo de anuncio. En cambio ha cambiado sustancialmente en el resto de formatos. A día de hoy podemos encontrar una oferta diversificada de mujeres y hombres heterosexuales, gays, lesbianas, transexuales y travestis.

136 / ABC ANUNCIOS POR PALABRAS LUNES 11-4-94

ANUNCIOS ABC 527 07 50 Tomas Bretón 49 (Delicias) **NUEVA VÍA**
FAX: 539 34 29 PUBLICIDAD

SUELO-TIL. Tarimas, parquetes, flotantes, mejores marcas. Toda clase de maderas, diseños tradicionales, lijados y barnizados sin polvo. Maestros enterminadores. 6101039, 6152172.	SEÑORA LOREN. Contactos señoritas no profesionales, modelos universitarias. Conocer cita 9417679. Tarjetas. Multilingual Escort.	SEÑORITAS Jóvenes, guapas, ameburantes. Recibimos en libertad. Apartamento privado. Máxima discreción. Hoteles, domicilios. 5551377. Tarjetas.	CHICO atende señoras, parejas 908316881.	¡VEINTEAÑERAS! Galileo, 67, bajo, centro. 4478450	MASAJES atrevidos muy íntimos. 3611646.
BALLESTEROS, parquetes, barnizados. 7768416.	EXCEPTION. Catálogo modelos. Mínimo 80.000. 398-71532.	BARBARA Belleza. Elegancia. También domicilios. Permanentemente. 5221914.	PATRICIO y Marcelo, particular. Sólo mujeres. 3521510.	CRISTINA. Universitaria rubia. ¡Condeceme! Exclusivamente hoteles, domicilios. 5792791.	TERE. Masajista profesional. 5339849.
COLOCACIONES, accionados, barnizados. 6684995, 5345237.	LITA MILLAN. Delicada selección. Hotel-domicilios. 3991600.	DIANA Jovenota bellísima. Permanentemente. También domicilios. 5219574.	IRMA, 24 horas. Hoteles-domicilios. Vía. 5941270.	KARIN. Modelos de revista, pasaporta. Rigurosamente seleccionadas. Para señoras exigentes, sin pnsas. 5793722. English, francés.	MARIBEL. Permanentemente. 5363526.
IBERTARIMAS, Flotantes Row. Tarimas, parquetes, escaleras, lijados. Exposición Ferraz. 72. 5408200.	ENCANTADORAS, bellísimas señoritas (no profesionales), máxima categoría, domicilios, hoteles. 3739976. Tarjetas.	¡¡¡CHOCOS!!! Hoteles-domicilios. 3615585.	CARMEN. Novedad. No estás solo. ¡¡¡Llámanme!!! Jovenota estudiante. Exclusivamente hoteles, domicilios. 5794267.	SANDRA Sugerente, bellísima. 3583788.	YOLANDA Dulce, sensual. 3452286.
PARQUETS en tipos, barnizados, parquetes adicionales. Centropar4. 4777. 4702155.	ARMONIA. Señoritas elegantes, discretas. Hoteles, domicilios. 91-3614564.	¡¡¡MACHO'S!!! Compañía masculina. 3552539.	SEÑORA LEDESMA. Contactos alto standing, piso lujo, hoteles, domicilios, permanentemente. 5971307.	SEÑORA SANTANGELO. Novedad, exclusividad. Apartamento lujo, hoteles. 9372607.	VIUDA elegante. Avenida Manzanares. 5002282.
SM obras. Piza y madera. Comercial del parquet.	FLAMINGO. Señoritas alto standing. Hotel, domicilios. 3993299.	SEÑORITAS necsito. Altos ingresos. 7257500.	¡¡¡CHOCOS!!! Hoteles-domicilios. 3615585.	80.000. Prestige. 5669259.	DOS casadas, guapísimas, mucho pecho. Zona Oca. 5251890.
			SEÑORA CASTRO. Contactos selectos. Apartamento privado, hoteles, domicilios. 24 horas. 5973368.	80.000. Prestige. 5669259.	ROSI, 20 años. masaje relax.

Podríamos resaltar algunos cambios en las personas que ofertan estos servicios. Se aprecia un aumento de la **oferta de hombres heterosexuales**, siendo siempre menor respecto a la de mujeres. Este número ha crecido, sobre todo, en los portales webs y en menor medida en las televisiones locales. Por el contrario, en la prensa escrita la oferta de mujeres heterosexuales continúa en la misma línea y no existe tampoco en los folletos callejeros repartidos.

Otra de las variaciones en estos anuncios ha sido la inclusión de **palabras alusivas a la procedencia del oferente**. El país, la raza o la región son términos muy utilizados. Como se ve reflejado en el gráfico son las asiáticas las mujeres más ofertadas en prensa, pudiendo encontrar anuncios de varias nacionales más. Hay quien ve una relación con el aumento de la inmigración en España pero no lo hemos podido constatar.

Como se decía más arriba, los anunciantes que han dejado de hacerlo en la prensa escrita han desviado sus anuncios a otros medios donde el debate ni siquiera se ha planteado. Es en las televisiones locales donde se concentran anuncios varias horas al día; en el reparto callejero de folletos y tarjetas sin control alguno por coches y parques de nuestra ciudad; en los portales de internet donde hay miles de anuncios de todo tipo siempre con fotografías y textos explícitos, para satisfacer cualquier tipo de demanda, en función de la clase social y/o de las preferencias sexuales. **Mientras se activa el debate en la esfera pública sobre estos nuevos modos de publicidad, estos nuevos actores intermediadores toman posiciones**, incluso participan en la controversia sobre la legalización del trabajo sexual expresando su punto de vista a través de blogs asociados a los portales de anuncios.

Nuestra sociedad ha asimilado estos anuncios y los percibe como normales dentro del marco del sistema publicitario. Tanto el lenguaje empleado como la descripción de los servicios reflejan lo usual que es para la población la prostitución y todas las prestaciones asociadas a ella. Las alusiones a la pornografía (*soft porn*) presentes en el resto de publicidades hacen que se asimilen estos modelos, de fácil acceso y visibilidad, sin causar extrañeza.

Siempre están orientadas a la satisfacción del cliente, no importa que las fotografías sean sofisticadas o tengan un carácter *amateur* para imprimir en ellas un punto de proximidad que en todos los casos busca establecer una relación individual hacia el demandante de prostitución. La inclusión del nombre, de fotos personales, de direcciones de correo electrónico hace que así se sienta. En las páginas webs de contactos incluso se pide al cliente que opine, califique o aporte comentarios sobre el servicio recibido. En este sentido, **los nuevos modos de publicidad buscan incorporarse en la cotidianidad y las rutinas de consumo informativo y usos tecnológicos de los demandantes.**

A la vista de los resultados del análisis, creemos que **es necesario reavivar el debate sobre la publicidad de prostitución y ampliar su alcance a los nuevos medios.** Por dos razones fundamentales, la primera es que el control de la publicidad puede ser una herramienta en la lucha contra las redes de explotación sexual y la segunda porque estos anuncios fomentan una imagen discriminatoria sobre las mujeres (condición que comparten con transexuales y los colectivos con orientaciones sexuales minoritarias) que consolida y reproduce la desigualdad de género.

7.3. Conclusiones sobre la opinión de los periodistas

Hemos visto que **no es habitual que los profesionales cuenten con la especialización** previa sobre estos asuntos y el tipo de trabajo que deben realizar no favorece que la adquieran durante las coberturas. Sin formación, ni acceso a datos y a perfiles especializados, ni tiempo para leerlos y analizarlos, es muy complicado desmontar los imaginarios y los lugares comunes, primero de los propios periodistas y después de sus lectores. Los medios no dedican recursos, ni espacio a realizar trabajos de investigación sobre la prostitución y la trata, salvo excepciones. Cuando hay piezas de mayor envergadura, como los reportajes, suelen ser una iniciativa de los profesionales que están sensibilizados con estos temas, pero que a veces no logran sacarlas adelante por la necesidad de cubrir las noticias del día a día (por ejemplo, las ruedas de prensa para informar de una operación policial).

Es cierto, que en los medios hay **falta de tiempo y de espacio para elaborar la información**, además todavía las historias y los datos siguen presentándose según modelos bastante clásicos, es decir, aplicando el género informativo y la escritura objetivista, muchas veces con la estructura de la pirámide invertida (presentación de los datos y las declaraciones de mayor a menor importancia). Por varias razones, esta manera de informar puede no ser la más adecuada para asuntos complejos como la controversia en torno a la prostitución y el fenómeno de la trata con fines de explotación sexual. Se han repasado algunas.

En la representación mediática de la prostitución y la trata, **la principal falta es la voz de las mujeres**. Es pertinente, necesario y justo incluir sus historias y experiencias, estas mujeres deben dejar de ser el contexto de la información y pasar a ser el sujeto, para garantizar su participación en la esfera pública. Son fuentes no expertas, que necesitan en la mayor parte de las ocasiones permanecer en el anonimato. Además, las mujeres que han sido víctimas de trata no suelen desear dar testimonio, entre otros motivos, para no tener que hacer memoria. Por ello, **los periodistas no pueden aproximarse a las víctimas y supervivientes de una manera funcional**, esto es, para obtener el dato y el testimonio y después marcharse. Un contexto de sufrimiento y de vulneración de derechos humanos reclama una relación de reciprocidad, de construcción de una confianza mutua que no se establece en el marco de una rueda de prensa, ni en las rutinas aceleradas de las redacciones. Debe haber un interés honesto por contribuir tanto al debate sobre la prostitución como a la lucha contra la explotación sexual. Como sucede en otros muchos asuntos y acontecimientos periodísticos, éste **reclama un compromiso ético y una implicación personal** nada desdeñable.

Por último, destacar que una vez que las mujeres accedan a contar su historia, **hay que buscar fórmulas respetuosas y justas para narrar**, se trata de respetar los tiempos de la fuente, sus silencios, sin utilizar aquello que no quieran que sea publicado, pese a haberlo contado, garantizar el anonimato de quienes están en peligro. El resto es desplazar y trasgredir los lugares comunes, no reproducir los imaginarios clásicos que son injustos y perpetúan los estigmas y la exclusión.

8. ÍNDICE DE TABLAS E ILUSTRACIONES

Tabla 1: Distribución de medios de comunicación de la muestra, según seguimiento en redes sociales	53
Tabla 2: Número de noticias analizadas, según medios de comunicación de la muestra	54
Tabla 3: Número y porcentaje de noticias sin relación con la prostitución	55
Tabla 4: Autoría de las noticias	55
Tabla 5: Porcentaje de noticias según la autoría	56
Tabla 6: Distribución por sexo de las noticias firmadas por periodistas o articulistas	57
Tabla 7: Ámbito geográfico de las noticias	58
Tabla 8: Género periodístico: información, opinión, perfil o reportaje	58
Tabla 9: Clasificación temática de las noticias	60
Tabla 10: Menciones a fenómenos de prostitución minoritarios	61
Tabla 11: Espacios de ejercicio de la prostitución mencionados	61
Tabla 12: Menciones a los términos que categorizan las figuras femeninas	67
Tabla 13: Menciones a los términos que categorizan las figuras masculinas	67
Tabla 14: Menciones a las organizaciones que trabajan en este ámbito	72
Ilustración 1: Nube léxica del conjunto de medios impresos	75
Ilustración 2: Nube léxica del conjunto de titulares	76
Ilustración 3: Las rutas de las mafias de la prostitución	92
Gráfico 1 Tipo de anuncios analizados	146
Gráfico 2 Sexo atribuido al anunciante	146
Gráfico 3 Fuente de la oferta	147
Gráfico 4 Atributos empleados como reclamo	147
Gráfico 5 Procedencia de las personas que prestan el servicio	149
Gráfico 6 Protagonismo de los anuncios en Milanuncios	153
Gráfico 7 Tipo de anuncios en NuevoLoquo	156

9. BIBLIOGRAFÍA

- ACCIÓN POR LOS NIÑOS (2008) “Medios de Comunicación en Acción Contra la Trata de Personas. Manual para Periodistas”, Lima.
- ACEVEDO, Mariela. “Mujeres en situación de prostitución de calle y su representación en medios gráficos: La historieta Clara de Noche”. En: *Anagramas*, vol.7, nº 14, enero-junio de 2009. Pp.38-48.
- ACSUR-Las Segovias (2001), Tráfico e inmigración de mujeres en España. Colombianas y ecuatorianas en los servicios domésticos y sexuales, Madrid, Edición propia.
- ALBA, Yolanda. “La prostitución en los mass media hoy”. En: *Crítica*. Año 56, núm. 940, 2006. Pp. 52-56. Disponible en: http://www.aboliciondelaprostitucion.org/pdf/doc_art2.pdf
- ALMIRON, N. SEGOVIA, A. (2012): “Financialization, Economic Crisis, and Corporate Strategies in Top Media Companies: The Case of Grupo Prisa”. *International Journal of Communication*, 6, 2894-2917.
- APRAMP (2005): *La prostitución. Claves básicas para reflexionar sobre un problema*. Madrid: APRAMP/Fundación Mujeres. Disponible en: <http://www.angelesalvarez.com/wp-content/photos/la-prostitucion-claves-basicas-apramp.pdf>
- ARELLA, Celeste et al. (2007): *Los pasos (in)visibles de la prostitución*, Barcelona, Virus editorial.
- ARENDT, H. (1974): *La condición humana*. Barcelona: Seix Barral
- ASTRA (Anti trafficking action) (2008) Human Trafficking. Manual for journalist, OSCE, Serbia.
- BROSA HERNÁNDEZ, Julia y MEDINA BRAVO, Pilar (2012): *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 18, núm. 1, págs.: 259-273. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense
- BRUFAU CURIEL, Pedro (2008): *Prostitución y políticas públicas: entre la reglamentación, la legalización y la abolición*. Madrid: Fundación Alternativas.
- CÁCERES ZAPATERO, M. D. (2011): “La construcción social de la realidad: el papel de los profesionales en el establecimiento de la agenda temática” en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 17:2. Madrid: UCM.
- CAROÇO AMARO, Marisa. “La prostitución en la era digital: análisis de estructuras y contenidos de los anuncios publicitados en Internet”. En: *Ex aequo*, núm.24, 2011. Pp.61-78.
- CARRETERO, Carmen. “España ante la prostitución en el siglo XXI: de la tolerancia a la abolición”. En línea. Universidad nacional de educación a Distancia. Centro asociado Tortosa. Disponible en: http://www.uned.es/ca-tortosa/Biblioteca_Digital/Biblio/Carmen_Carretero/Espana.pdf
- CAUDURO, Andrea. “Review oif the Research Studies on the demand for prostitution in the European Union and Beyond”. En: DI NICOLA, Andrea et. al. (eds.) (2008): *Prostitution and human trafficking*. Springer.
- *El cliente de prostitución. De invisible a responsable*. COMISIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MALOS TRATOS A MUJERES, 2006.

- CURRAN, J., WITSCHGE, T. (2010): "Liberal Dreams and the Internet" en Fenton, N. *New Media Old News. Journalism and Democracy in the Digital Age*. Londres: Sage Publications.
- DE LA SIERRA, S., MANTINI, M. (2011): *Does media policy promote media freedom and independence? The case of Spain*, Mediadem Case Study, 7th Frame Programme EU Project.
- DE MIGUEL ÁLVAREZ, Ana. "La prostitución de mujeres: una escuela de desigualdad humana". En: *Revista Europea de Derechos Fundamentales*. Núm. 19/1er Semestre 2012. Pp. 49-74. Disponible en: http://www.mujiresenred.net/IMG/pdf/prostitucion_de_mujeres_escuela_desigualdad_humana.pdf
- *La trata de seres humanos en España. VICTIMAS INVISIBLES*. Defensor del Pueblo, 2012.
- DÍEZ GUTIÉRREZ, Enrique Javier. "Prostitución y violencia de género". En: *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. Núm. 24 (2009.4). Disponible en: <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/24/enriquediez.pdf>
- DIRECCIÓN GENERAL DE LA MUJER. COMUNIDAD DE MADRID (2003). Una aproximación al perfil del cliente de la prostitución femenina en la Comunidad de Madrid, Madrid: Dirección General de la Mujer, Comunidad de Madrid.
- EKBERG, Gunilla. "The Swedish Law that Prohibits the Purchase of Sexual Services: Best Practices for Prevention of Prostitution and Trafficking in Human Beings". En: *Violence Against Women*, vol.10, nº10, octubre de 2004, pp. 1187-1218. Disponible en: http://www.hks.harvard.edu/cchrp/isht/study_group/2010/pdf/GunillaEkbergTheSwedishLaw.pdf
- EUROPEAN NETWORK FOR HIV/STI PREVENTION AND HEALTH PROMOTION AMONG MIGRANT SEX WORKERS (2009): *Sex work in Europe. A mapping of the prostitution scene in 25 European countries*. Ámsterdam: TAMPEP. Disponible en: <http://tampep.eu/documents/TAMPEP%202009%20European%20Mapping%20Report.pdf>
- FAGOAGA, Concha (2006): "Los discursos de prostitución en la prensa española", en Congreso Internacional de Derechos Humanos y prostitución. Madrid, Dirección General de Igualdad de Oportunidades y Ayuntamiento de Madrid, pp. 200-211.
- FERNÁNDEZ MORILLO, Carmen. "La mujer como objeto de consumo y ocio masculino en los medios audiovisuales". En: Jornadas sobre *Trata de Seres Humanos y otras formas de Explotación Sexual*. Ilustre Colegio de Abogados de Sevilla. Sevilla, 9-10 de julio de 2012.
- FORGAS BERDET, Esther. "La (de) construcción de lo femenino en el diccionario". En línea. Departamento de Filologías Románicas. Universidad Rovira i Virgili. Disponible en: <http://www.urv.cat/dfilrom/publicacions/publicacions.htm>
- FREEDMAN, D. (2010): "The Political Economy of the News Environment" en Fenton, N. *New Media Old News. Journalism and Democracy in the Digital Age*. Londres: Sage Publications.
- FUSTER, María (2013): *Reflexiones y recomendaciones. Buenas prácticas informativas sobre prostitución*. Palma de Mallorca: Institut Balear de la Mujer en colaboración con el Grup d'Investigació i Formació, Educativa i Social de la Universidad de las islas baleares.
- GIMENO, Beatriz (2012): *La prostitución*. Barcelona, Bellaterra.

- GÓMEZ SUÁREZ, Águeda y PÉREZ FREIRE, Silvia. "Prostitución en Galicia: clientes e imaginarios femeninos". En: *estudios Feministas, Florianópolis*, 18(1): 288, janeiro-abril / 2010. Pp. 121-140. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=38114363007>
- GUTIÉRREZ, Andrea (2012) "Análisis de la imagen de la mujer prostituida en las noticias de la prensa digital", en I Congreso Internacional de Comunicación y Gé-nero. Sevilla, Facultad de Comunicación, pp. 846-871.
- GUTIÉRREZ GARCÍA, Andrea. "Análisis de la imagen de la mujer prostituida en las noticias de la prensa digital". En: *I Congreso Internacional de Comunicación y Género* (Sevilla, 5-7 de marzo de 2012).
- GUTIÉRREZ, Andrea (2013) "La actualidad del abordaje de la prostitución femenina en la prensa española". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* Vol. 19 Núm. especial abril (2013) 823-831
- GRUPO PICNIC y BERNARDEZ, Asunción (dir.) *Mujeres inmigrantes en España: Representaciones en la información y percepción social*, Fragua, Madrid.
- HALLIN, D.C., MANCINI, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- JULIANO, Dolores, NEIRA, Montse y GARAIZÁBAL, Cristina. "Nosotras, las malas mujeres. Debates feministas sobre la prostitución". En: Mesa redonda organizada por Hetaira. 2009. Disponible en: http://www.feministas.org/IMG/pdf/Mesa_redonda_Hetaira.pdf
- JUSTO VON LURZER, Carolina (2012) "Los usos de la "experiencia". Narrativas televisivas de la prostitución en Argentina", *Quaderns del CAC*, 38. Vol. XV (1), pag. 109-116
- LEAL, B. S., CARVALHO, C. A. (2014) É que narciso acha feio o que não é espelho: autorreferencialidade e identidade do jornal. *Revista FAMECOS (Online)*, v. 21, p. 148-162
- LEAL, B. S., ANTUNES, Elton, VAZ, Paulo Bernardo (2012) El acontecimiento como contenido de las noticias: repensando una metodología. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, v. 1, p. 384-398
- LEAL, B. S., CARVALHO, C. A. (2011) *Pessoas LGBTs e aids na rotina jornalística. Sexualidades*, v. 7, p. 1-20
- LÓPEZ HIDALGO, A., MELLADO RUIZ, C. (2006): "Periodistas atrapados en la Red: rutinas de trabajo y situación laboral" en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Madrid: UCM, pp. 161-170.
- LOPEZ RIOPEDRE, José (2010) "Inmigración colombiana y brasileña y prostitución femenina en la ciudad de Lugo: historias de vida de mujeres que ejercen la prostitución en pisos de contactos", Tesis Doctoral, UNED.
- LÓPEZ RIOPEDRE, José. "Una aproximación etnográfica a la prostitución: Cuando las trabajadoras sexuales hablan de los clientes". En: *Revista de Estudios sociológicos*, nº 18 (2012). Pp.31-62.
- LLEDÓ CUNILL, Eulalia (coord.) (2004): *De mujeres y diccionarios. Evolución de lo femenino en la 22ª edición del DRAE*. Madrid: Instituto de la Mujer. Disponible en: <http://www.usc.es/export/sites/default/gl/servizos/oix/descargas/2004DeMujeresyDiccionariosEvolucionFemenino.pdf>
- MANSSON, Sven-Axel (2003): *Men's practices in prostitution and their implications for social work*. Disponible en: <http://prostitution.procon.org/sourcefiles/mens-practices-in-prostitution-and-their-implications-for-social-work.pdf>

- MANTINI, M. (2014). “El enfoque de análisis de los issues: el caso de la educación en las narraciones de la esfera pública mediatizada”. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, 19, 233-251. Madrid: UCM
- *Debate sobre prostitución y tráfico internacional de mujeres. Reflexiones desde una perspectiva de género.* MÉDICOS DEL MUNDO, 2003. Disponible en: http://www.apramp.org/upload/doc26_DebateProstitucion.pdf
- MEZZA, M. (2011): *Sono le news, bellezza!*. Perugia: Donzelli.
- MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES (2006) Informe sobre el impacto de una posible normalización profesional de la prostitución en la viabilidad y sostenibilidad futura del sistema de pensiones de protección social, Madrid
- NICOLÁS LAZO, Gemma. “La reglamentación de la prostitución en el estado español. Genealogía jurídico-feminista de los discursos sobre prostitución y sexualidad”. Co-directores: Encarna Bodelón González y José Ignacio Rivera Beiras. Universitat de Barcelona, Departament de Dret Penal i Ciències Penals. 2007.
- O’CONNOR, Monica y HEALY, Grainne (2006): *Los vínculos de unión entre la prostitución y la trata de seres humanos con fines de explotación sexual. Guía informativa.* Bruselas: Lobby Europeo de Mujeres en colaboración con la Coalición contra el Tráfico de Mujeres. Disponible en: <http://www.catw-lac.org/inicio/2013/10/16/los-vinculos-de-union-entre-la-prostitucion-y-la-trata-de-seres-humanos-con-fines-de-explotacion-sexual-catw-lem-2006/>
- OSBORNE, Raquel (1991): *Las prostitutas: una voz propia (Crónica de un encuentro)*. Barcelona: Icaria.
- OSBORNE, Raquel (ed.) (2004): *Trabajador@s del sexo. Derechos, migraciones y tráfico en el siglo XXI.* Barcelona: Ediciones Bellaterra.
- PAZ Y DESARROLLO (s.f.), *Esclavas del siglo XXI: La trata con fines de explotación sexual*
- PEÑAMARÍN, C. (2014). “Esfera pública y construcción del mundo común El relato dislocado”. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, 19, 103-124. Madrid: UCM
- PEÑAMARÍN, C. (2008) “¿Hay vida política en el espacio público mediatizado?” en CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, 13. 61-78. Madrid: UCM
- PISCITELLI, Adriana (2005), «Travels and on-line Sex: Internet in the geography of sexual tourism», *Cadernos Pagu*, 25, 281-326, [en línea] disponible en http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332005000200011&lng=pt&nrm=iso#back25
- PUÑAL, Ana Belén (2008) “O tratamento da prostituição nos meios de comunicação” en Moisés de Lemos Martins & Manuel Pinto (Orgs.) *Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação 6 - 8 Setembro 2007*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho)
- PUÑAL RAMA, Ana Belén. “El tratamiento de la prostitución en medios. Algunas recomendaciones”. En: VV.AA. (2007): *Buenas prácticas periodísticas desde la perspectiva de género.* Madrid: AMECO. Disponible en: http://www.comunicacionyciudadania.org/sites/default/files/Buenas%20Practicas%20Periodisticas%20con%20Perspectiva%20de%20Genero_AMECO.pdf
- REIGADA OLAIZOLA, Alicia (2006). “Trabajo, Género y Migración. Una aproximación al Estudio de los Discursos Sobre las Trabajadoras Inmigrantes en la Prensa Española”, *Ex Aequo* 14, 45-66

- ROMERO BACHILLER, Carmen (2005) "Desplegando cuerpos y fronteras: resistencias, interferencias y ejercicios de passing en torno a la figuración habitable "mujer inmigrante" en Psicología social y problemas sociales. José Romay Martínez (ed. lit.), Ricardo García Mira (ed. lit.), José Eulogio Real Deus (comp.), Vol. 2
- ROVETTO, Florencia (2010) "La representación del trabajo de las mujeres en los medios de comunicación. El caso de las mujeres inmigrantes", *Nómadas*, núm. 28, julio-diciembre
- SAVE THE CHILDREN (2012) "Prevención y abordaje del delito de trata de personas. Guía para periodistas"
- SCHULZE, Erika (dir.) (2014): *Sexual exploitation and prostitution and its impact on gender equality*. Bruselas: Parlamento Europeo. Disponible en: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/JOIN/2014/493040/IPOL-FEMM_ET%282014%29493040_EN.pdf
- SEGURA, Nora. "Prostitución, género y violencia". En: ARANGO GABRIELA, Luz, LEÓN, Magdalena y VIVEROS, Mara (1995). *Género e identidad. Ensayos sobre lo masculino y lo femenino*. Bogotá: Tercer Mundo Ediciones en colaboración con Ediciones Uniandes y programa de estudios de género, mujer y desarrollo de la facultad de ciencias humanas, Universidad nacional de Colombia. Pp.193-212.
- SOLANA RUIZ, José Luis. "Cuestionando estereotipos sobre las mujeres prostitutas". En: *La Gazeta de Antropología*. Núm. 8, 2002, artículo 08. Disponible en: <http://digibug.ugr.es/handle/10481/7396#.U06dBKJCDcs>.
- *Trata de personas hacia Europa con fines de explotación sexual*. UNODC, 2010. Disponible en: http://www.unodc.org/documents/publications/TiP_Europe_ES_LORES.pdf
- UNDP-TAHA (2006) Not her real name.... Reporting trafficking in persons a Media Handbook, HIV and Human Development Resource Network (HDRN)
- VALIENTE FERNÁNDEZ, Celia. "La política de la prostitución. El papel del movimiento de mujeres y los organismos de igualdad en España. En: *Revista Española de investigaciones Sociológicas*. Núm.105/2004, pp.103-132.
- VENTURINNI, T (2009). *Buceando en el Magma: Cómo explorar controversias con la teoría del Actor-Red*. Documento en línea disponible: www.brunolatourenespanol.org
- VICENTE COLLADO, Sara. "La prostitución también es violencia machista". En: *Crítica*, N° 960, Marzo-abril 2009. Pp. 48-52.
- ZARO, Iván, PELÁEZ MURCIEGO, María, y CHACÓN GARCÍA, Alejandra (2006): *Trabajadores masculinos del sexo: una aproximación a la prostitución masculina en Madrid*. Madrid: Fundación Triángulo. Disponible en: <http://www.fundaciontriangulo.org/documentacion/documentos/trabajadoresmasculinos.pdf>

10. ANEXOS

10.1. Ficha de análisis de anuncios de publicidad y folletos

Medio

- Número de anuncios por medio y páginas

Epígrafe

- Anuncios clasificados / Relax / Ocio

Tipología de los anuncios:

- Empresas que reclutan gente para prostituirse
- Publicidad de burdeles
- Oferta de sexo por teléfono
- Piso: oferta de sexo de pago particulares
- Piso: oferta de sexo de pago agencias

Calidad del anuncio:

- Básico / Medio (Con tipografía destacada) / Calidad (Fotografía)

Fotografía:

- Prostituta: Hombre / Mujer / Transgénero
- Cliente: hombre, mujer, parejas
- Desnudo: si no
- Plano medio: si no
- Cuerpo fragmentado: si no
- Ensalza un atributo específico: si no
- Cuerpo sin rostro: si no

Dirección web: si no

Código bidi o qr: si no

Persona que se anuncia:

- Mujeres / Hombres / Transgénero

Características de la oferta (disponibilidad, promociones, discreción, placer, juventud, sumisión, sexo no seguro, ocio, saunas, novedad, no profesional, cariño, compañía, atributos corporales, 24 horas....etc.)

- Disponibilidad: horaria o de desplazamiento
- Discreción
- Servicios: completo, griego, disciplina inglesa, sadomaso,....
- Placer: éxtasis total,
- Ofertas o promociones:

Características de las mujeres o de los hombres:

Descripciones: “Ven a conocer a nuestros Angels y adentraté en el paraíso”

- Edad: Jovencitas / Jóvenes, Maduritas, cuarentona,
- Características físicas: Hermosas, modelo, espectacular, elegancia, delgadita, culito respingon, bombón,
- Actitud: discretas, besuconas, supersensual, volcán, superfiesteras, sumisas, sadomasoquistas, ninfómana,
- Procedencia étnica: latinas, asiáticas, sin especificar, africanas, europea
- Procedencia regional: españolas y de provincias
- Otros: diferente, actriz porno, estado civil
- Nombre: si no

10.2. Ficha de análisis de noticias

- Identificación del medio
- Relevancia de la información: principal, secundaria o sin relación
- Autoría: periodista, redacción, agencia o mixta
- Sexo del periodista: hombre, mujer o sin especificar
- Ámbito: internacional, nacional o local
- Tipo de pieza: Información (noticia), reportaje, opinión y perfil-entrevista
- Temática principal: operación policial, legislación, clientes famosos, juicios, contextualización, cultura, opinión, sin relación.
- Tipo de prostitución: femenina, masculina, transgénero, menores
- Lugar en el que se ejerce la prostitución: calle, carretera, clubes o locales, pisos.
- Actividad en las redes sociales: comentarios, menciones en Facebook y Twitter
- Imagen:
 - Mujeres: colectivos, de espaldas, rostro difuminado, rostro reconocible, desnudo.
 - Policía y cuerpos de seguridad
 - Expertos y políticos
 - Proxenetas
 - Clientes
 - Menores
 - Espacios (locales, calle, pisos, etc.)
 - Sin relación