



Observatorio  
galego  
de Cs Médicos



**COLEXIO  
PROFESIONAL  
DE XORNALISTAS  
DE GALICIA**



**XUNTA DE GALICIA**  
PRESIDENCIA  
Secretaría Xeral da Igualdade

**A MODO DE CONCLUSIÓN**



Poñemos punto final a este percorrido pola abordaxe da prostitución nos medios galegos neste apartado de conclusións. Pecharemos o círculo enlazando co principio, de modo que o que seguen son as conclusións obtidas para cada un dos obxectivos que nun inicio nos marcamos como metas de análise: a presenza da prostitución, da explotación sexual e do tráfico e da trata de seres humanos con tal fin na axenda diaria dos medios galegos; as rutinas aplicadas polas e polos xornalistas na súa cobertura; a relevancia que os medios lle conceden ao seu tratamento; a terminoloxía e as caracterizacións empregadas para referirse aos principais actores en xogo (dende quen exerce a prostitución, até quen compra servizos sexuais ou se beneficia explotando a prostitución allea); o tratamento discursivo daqueles casos que son merecentes dunha atención extraordinaria por parte dos medios e, por último, a análise, cuantitativa e cualitativa, dos anuncios de sexo de pago publicados na prensa galega.

## 1. A PROSTITUCIÓN NA AXENDA DIARIA DOS MEDIOS

- A prostitución non forma parte da axenda diaria dos medios. A súa abordaxe é puntual e moi ocasional. Ao longo de todo un mes – decembro de 2009– e no conxunto de 15 medios analizados (os 14 xornais diarios galegos de pago e mais a TVG) publicáronse en total 123 pezas (incluíndo tanto información como opinión e mesmo humor gráfico), unha media de 8,2 pezas ao mes e de 0,26 ao día por cabeceira. En só o 44% delas, a prostitución constitúe o tema central, pois na maioría dos casos é abordada con carácter colateral e secundario ao tema que centra a información ou se alude a ela como unha mera referencia.
- Obsérvase pois unha elevada tendencia á secundarización do protagonismo da prostitución como tema na información. Mesmo que sexa a columna vertebral do acontecemento do que se informa, pode quedar facilmente relegado por outras cuestión. Bo exemplo é a visita da actriz Emma Thompson a Madrid. Malia que vén a España como imaxe dunha campaña contra a trata de mulleres, da roda de prensa da que é protagonista o que destacan unha boa parte dos medios analizados é o seu gusto polo traballo de Almodóvar, e a declaración na que mostra o seu desexo de traballar con este director.
- No que ás temáticas se refire, os medios teñen preferencia ben pola información de sucesos (sobre todo, operacións policiais contra a explotación sexual e o tráfico de mulleres), ben por aqueloutra tinguida polo morbo e a frivolidade. As información maioritarias devalan pois entre a crónica negra e a crónica rosa. A modo de ilustración, dende as relación con prostitutas do golfista Tiger Woods ou do primeiro ministro italiano, Silvio Berlusconi, até a Operación Carioca.



- Non existe unha aposta nos medios galegos pola oferta dunha información diferenciada que os distinga da súa competencia. Polo xeral, adoitan coincidir na abordaxe dos mesmos temas e é no factor proximidade onde buscan a diferenciación. Non se produce tampouco unha aposta pola diferenciación baseada nun tratamento informativo en profundidade e pola práctica dun xornalismo que vaia alén a información sobre o acontecemento puntual. *Galicia Hoxe* é porén a excepción nese sentido, canto que si fai o esforzo por abordar de maneira diferente a como fai a súa competencia determinados temas de amplo impacto mediático, ao mesmo tempo que introduce en axenda cuestións relacionadas coa prostitución que non se inclúen en ningún dos outros medios.
- Canto aos actores que protagonizan a información, os que contan con máis presenza son aqueles directamente relacionados coa compra-venda de sexo: as persoas que exercen a prostitución (nun 26% dos casos), os proxenetas (nun 16%) e os compradores de sexo (nun 11%), ademais daqueles relacionados coa frecuente ligazón desta actividade co mundo do delito na información: os actores policiais, nun 8%, e xurídicos, nun 10%. Ao respecto, cómpre facer varias apreciacións. As prostitutas son adoito actores pasivos na información. Delas fálase, mais elas non falan. A cobertura ordinaria dos medios, polo analizado nesta mostra, apenas nos permite coñecer nada máis sobre elas, das condicións en que exercen, das súas motivacións, do carácter das relacións que manteñen con redes e proxenetas, máis aló do que o brevemente se poida indicar nunha nota policial. Cando da información se fai unha cobertura extraordinaria (como vimos neste estudo na cobertura das protestas veciñais contra a prostitución de rúa na no barrio barcelonés da Boquería e tamén en Vigo) elas son presentadas como as únicas responsábeis do problema, como mal a combater e expulsar do entorno próximo, sen ter en conta a responsabilidade dos compradores de sexo e dos proxenetas. Canto aos compradores de sexo, aqueles que protagonizan a información son adoito persoeiros públicos de relevo, pola carga morbosa que supón a súa relación con prostitutas. O home de común que acode ao sexo de pago non está presente na información, a non ser que deles se fale de maneira distanciada en informes e estudos presentados dende as institucións ou dende a asociación. No que ás redes se refire, a imaxe que os medios achegan quédase nas xeneralidades aportadas polas notas policiais. Aparecen pois como entes abstractos, non como rostros concretos, quizais porque para afondar nelas e no seu modus operandi cumpriría un xornalismo de investigación que, para o caso da explotación sexual e a trata e o tráfico de persoas, non existe nos medios galegos, ao contrario do que acontece, porén, con outra actividade delitativa tamén do suculentos beneficios para os que dela se nutren, o narcotráfico, sobre a que si existen nos medios galegos xornalistas especializados.
- En case a totalidade dos casos, a prostitución á que fan referencia os medios de comunicación galegos é a exercida por mulleres. En moi poucas ocasións se fai referencia á prostitución exercida por mulleres transxénero ou por homes, e nunca á prostitución masculina de carácter homosexual.



- Canto aos espazos nos que se exerce a prostitución, é a que ten lugar en clubs a que conta con maior presenza nos medios, fronte ás referencias máis minoritarias á prostitución de piso ou á de rúa ou barrio. Que sexa o tipo de prostitución sobre a que máis se informa ten que ver tanto co feito de constituír unha das modalidades máis frecuentadas, fronte á decadencia da prostitución de barrio e de rúa na gran maioría das cidades galegas, como coa súa visibilidade, que fai que estea máis suxeita ao control policial, fronte á discreción da prostitución de piso (ao contrario dos clubs os pisos non son identificábeis a primeira vista e, ademais, para as forzas de seguridade entraren nunha vivenda privada antes necesitan dunha orde xudicial). Os medios informan máis, polo tanto, daqueles espazos que están máis suxeitos ás operacións policiais das que, con frecuencia, se nutren. Da prostitución de piso apenas se fala, malia ser unha das modalidades en auge nos últimos anos. Sobrerrepresentada está, porén, a prostitución de luxo nos contidos mediáticos, malia a ser unha das modalidades máis minoritarias, o que ten que ver co morbo que se adoita asociar á mesma, pola relación que con ela poidan ter persoeiros famosos.
- Non hai nos medios galegos unha posición explícita ao respecto do debate entre abolición e legalización da prostitución. Porén, a súa dependencia das fontes oficiais fai que, de maneira máis ou menos consciente, trasladen o seu discurso, de carácter abolicionista no que se refire ao Goberno do Estado e as forzas policiais del dependentes.
- En contados casos se identifican a prostitución, a explotación sexual e a trata e o tráfico de seres humanos con violencia de xénero ou vulneración dos dereitos humanos. Cando tal ocorre, é nos discurso das fontes ou no de articulistas e colaboradores do xornal e no eido da opinión onde tal se fai.

## **2. AS RUTINAS APLICADAS Á HORA DE ELABORAR A INFORMACIÓN**

- O xénero predominante é a noticia, o que dá conta da práctica dun xornalismo fundamentalmente orientado ao acontecemento puntual, que non adoita afondar na comprensión da problemática que está por detrás. As informacións quedan conxeladas así no momento da detención policial, da desarticulación dunha mafia ou da protesta veciñal, mais non reparan nas causas de que tal situación se produza, nin nas consecuencias desa acción, nin no contexto en que a prostitución se produce e do que o acontecido é só a punta do iceberg. Non se aposta pois por un xornalismo interpretativo que achegue as claves necesarias para entender o acontecido e, ademais de información, aporte coñecemento.



- As fontes son na súa maioría oficiais, de carácter governamental, policial ou legal, e polo tanto, en boa medida inducidas. O medio vai, pois, a remolque do que a nota policial dite, dos actos de carácter institucional ou do transcurso dos procedementos xudiciais. Non é a súa unha actitude activa, senón pasiva, o que fai que, no que á abordaxe da prostitución se refire, boa parte das novas actúen de correa de transmisión da información achegada por iniciativa propia das fontes. Moito menor é a presenza asociativa (cando conseguen presenza nos medios é tamén por iniciativa propia da fonte, polo xeral en xornadas, congresos ou presentación de informes que contan na súa maior parte con apoio ou participación institucional). As fontes feministas están practicamente ausentes. É contado tamén é o recurso a fontes expertas. Fronte ás fontes institucionais, que se inclúen no 68% das pezas analizadas, ás asociativas acódesse no 14% e ás expertas no 13%.
- Canto aos actores directamente ligados ao triángulo da prostitución (persoas que a exercen, compradores de sexo e proxenetas), son os proxenetas aos que en maior medida se acode como fonte, no 10% dos casos. En ningún caso se lle dá voz ás mulleres e homes que se prostitúen e só nun se inclúen declaración dun comprador de sexo.

### **3. A RELEVANCIA QUE SE LLE CONCEDE A INFORMACIÓN**

- Só nun 4,8% dos casos, as información sobre prostitución alcanzan as portadas dos xornais. En todos eles, as novas fan referencia a actuacións policiais (a Operación Carioca é protagonista da metade das información que chegan a ser levadas á primeira páxina do xornal) ou a diversos sucesos que relacionan a prostitución co mundo do delito e coa inseguridade cidadá.
- Sobre prostitución non só se informa en ocasións contadas senón que, unha vez que se leva á grella do día, o espazo que se lle destina é escaso. Máis da metade dos textos analizados son breves ou novas moi curtas (o 53% deles ocupan entre 1 e 10 módulos, é dicir, unha quinta parte ou menos da páxina) e un 28,5% está por debaixo ou acada o cuarto de páxina.
- A sección na que máis se informa sobre prostitución é Sociedade (que inclúe tamén as información de sucesos, dado que a maioría dos medios eliminaron este apartado das súas páxinas), seguida das sección que fan referencia ao xeograficamente máis próximo (Local e Galicia). Confírmamos así o dito por Yolanda Alba, a quen fixemos referencia na introdución: que a prostitución apenas está presente naquelas información de carácter Estatal e Internacional, adoitado as consideradas de máis prestixio polo xornal.
- O uso de fotografías, malia non ser abondoso, incorre por ocasións en tratamentos que vulneran claramente a intimidade das persoas que se prostitúen (tal é o caso da cobertura mediática que se realiza das protestas veciñais contra a prostitución de rúa en Barcelona e en Vigo).



Observatorio  
galego  
de Cs Médicos



COLEXIO  
PROFESIONAL  
DE XORNALISTAS  
DE GALICIA



XUNTA DE GALICIA

PRESIDENCIA

Secretaría Xeral da Igualdade

#### 4. COMO SE DEFINE E SE DESCRIBE A QUEN COMPRA POR SEXO, A QUEN EXERCE NA PROSTITUCIÓN E A QUEN SE BENEFICIA DA EXPLOTACIÓN DA PROSTITUCIÓN ALLEA

- O termo “prostituta” é o que máis se emprega. É o utilizado en contextos neutros e en xéneros informativos, o que dá a ver que para os medios é o concepto non marcado. Non é frecuente, porén, a utilización de termos connotados ideoloxicamente, como o abolicionista “muller prostituída” ou o regulacionista “traballadora sexual”. O feito de que a veces se utilicen indistintamente e até, na mesma información, se bote man de termos con connotacións ideolóxicas diferentes, dá a ver que non existen criterios definidos nos medios galegos ao respecto e que, con probabilidade, as e os xornalistas poden acabar trasladando de maneira acrítica, sobre todo se non hai unha formación previa ao respecto, os termos empregados polas fontes. Os conceptos máis connotados negativamente, como “ramera” ou “puta” son introducidos ben nas declaracións que se recollen, ben en xéneros de humor ou, por último, naqueles artigos de opinión ou de carácter interpretativo nos que o/a autor/a quer facer gala de estilo propio.
- As mulleres que exercen a prostitución son caracterizadas segundo dous modelos antagónicos: a muller vítima, protagonista pasiva nas noticias sobre desarticulación de redes de explotación sexual e tráfico, e a muller espectáculo, é dicir, aquela que exerce na prostitución de luxo e que salta aos medios pola súa ligazón con persoeiros de relevancia pública. Nas informacións sobre conflitos veciñais, a caracterización da prostituta, adoito posta en boca das e dos veciños consultados, faise segundo estereotipos connotados moi negativamente, ligados á falta de decoro e civismo.
- Para quen compra sexo, a variedade conceptual é moito menor ca no caso das mulleres que exercen a prostitución e, ademais, non está connotada negativamente precisamente porque pertence ao campo semántico das relacións de compravenda. “Cliente” é o termo máis empregado. A súa caracterización por parte dos medios está asociada tanto á concepción da sexualidade masculina como irrefreábel como, por outra parte, a unha visión crítica a varios niveis: moral (de aí as novas que destacan que tamén acoden aos prostíbulos homes casados con asentos de bebé no coche; ideolóxica (dende a crítica que fai o feminismo abolicionista), dende o enfoque dos dereitos humanos (o que adoita vir da man dos actores, fontes e protagonistas que aparecen na información) e, por último, con intencionalidade morbosa (de aí o ton en que se informa das relacións de Tiger Woods ou Silvio Berlusconi con prostitutas).
- Os termos empregados para denominar a quen obtén beneficio da prostitución allea están ligados tamén ao campo semántico das transaccións comerciais. Así as novas falan de empresarios, encargados, xerentes e propietarios e moi pouco de proxenetes. O modus operandi das redes é descrito moi superficialmente, aténdose os medios ao expresado nas notas policiais. As redes, como xa antes dixemos, viran así en entes abstractos sen rostro concreto.

## 5. DA COBERTURA DO EXTRAORDINARIO

- Cando se fai unha cobertura extraordinaria da información, en casos de especial impacto mediático como os analizados no capítulo 3 deste estudo, o medio adoita ampliar datos polo xeral acudindo ao lugar dos feitos, se lle é posíbel, e a fontes de carácter veciñal, mais non apostando pola práctica dun outro modelo de xornalismo, de carácter interpretativo, que lle proporcione ao público lector as claves necesarias para que poidan comprender o acontecido e a problemática na que se insire. A cobertura, pola tanto, adoita ser similar nos distintos medios, que polo xeral participan dos mesmos enfoques e das mesmas rutinas.
- Maior cantidade de información non supón maior calidade. Mentres se abonda en todo tipo de declaración polo xeral achegadas polo veciñanza, evítanse os debates de fondo. Como moito, a/o xornalista traslada as voces dos actores en xogo pero non é quen de construír a información coa voz propia que require un/unha profesional formado, coa bagaxe suficiente para contextualizar convenientemente o acontecido, interpretalo e poder así mesmo filtrar os nesgos interesados das súas fontes. E maior cantidade de información non leva aparelado tampouco maior claridade. Hai interrogantes que os medios deixan sen responder, ben sexa por falta de capacidade ou de interese para facelo. Deste xeito, na información, incluída na cobertura informativo do conflito da Boquería, sobre a redada contra “focos de inseguridade cidadá e contra situación irregulares”, apenas nada se explica das causas que levaron á detención de 16 persoas, das cales as únicas que se identifican son catro prostitutas.

## 6. OS ANUNCIOS DE SEXO DE PAGO

- Todos os xornais galegos agás *Xornal de Galicia* publican anuncios de sexo de pago (incluímos neles as demandas de sexo, a publicitación de locais, o recrutamento de persoas para traballar na prostitución, os anuncios de sexo telefónico e os de oferta de sexo de pago, os máis abondosos). Das distintas modalidades que atopamos, son os anuncios nos que se oferta sexo de pago os máis abondosos, que se publican en todos os xornais agás en *Xornal*, como é obvio polo xa dito, e en *Diario de Ferrol*.
- É nos xornais de maior difusión difusión –*La Voz de Galicia* e *Faro de Vigo*– onde a publicación de anuncios de sexo de pago é máis abondosa. Entre os dous copan máis da metade dos anuncios de sexo de pago publicado pola prensa (32% no caso de *La Voz de Galicia* e 22,6% no de *Faro de Vigo*). Séguenlles as principais cabeceiras do interior de Galicia –*La Región*, co 10,75, e *El Progreso*, co 11,25%–. Canta maior é a difusión, canta maior é a capacidade da cabeceira para chegar ao público, maior é tamén máis a presenza dos anuncios de sexo de pago nas súas páxinas.



- Un 5% dos anuncios analizados inclúe referencia a páxina webs, ás que calquera menor pode acceder sen dificultade. Cando no escenario político e mediático se está a instaurar o debate sobre a retirada dos anuncios de sexo pago, vemos como están a xurdir xa outras estratexias que lle botan o ollo á rede como alternativa.
- Un 7,4% das pezas analizadas inclúe imaxes nas que, polo xeral, supostamente aparece fotografada a persoa que se anuncia en poses sensuais e destacando os seus atributos corporais. O feito de que nalgúns casos se indique que se trata de “foto real” é mostra da existencia de publicidade enganosa.
- A maior parte das persoas que ofrecen ou das que se ofrecen servizos sexuais son mulleres (no 84% dos casos). Menor é a oferta que parte de mulleres transxénero (no 9%) e de homes (no 6%). Na maior parte dos casos, as persoas anúncianse soas ou en grupo, mais tamén hai pezas nas que son os propios bordeis os que publicitan a súa “oferta”, é dicir, as mulleres das que dispoñen, o que é índice da existencia dun proxeneta, é dicir, dun mediador que se lucra da prostitución allea.
- As características que máis se destacan nos anuncios de sexo de pago son os atributos corporais (en máis da metade), a oferta de prácticas sexuais específicas (no 26,8%) e a xuventude (no 20,7%). No 12% dos anuncios alúdese a prácticas sexuais de risco. Ademais dos calidades físicas e da concreción da práctica ofertada, boa parte dos anuncios inciden en cuestións ligadas ao prezo (polo xeral cando se trata de ofertas ou presos baixos) e na dispoñibilidade espazo temporal. Nun 14% dos casos destácase o feito de atenderen as 24 horas do día. Tamén nun 14% se inclúen saídas, é dicir, a posibilidade de trasladarse a un lugar acordado co cliente fora do espazo do bordel. A submisión tamén é subliñada como característica no 14% das pezas analizadas.
- Á luz dos datos obtidos, no referido ás calidades destacadas dos anuncios pódese concluír que son as mulleres as que exercen en peores condicións de traballo. Mentres no caso da prostitución masculina se destacan sobre todo os atributos corporais e a realización de prácticas sexuais específicas, e só en moi poucos casos se bota man doutro tipo de engados (baixo prezo ou dispoñibilidade espazo temporal), o caso da prostitución feminina é ben distinto. Xunto ás características físicas e ás prácticas ofertadas, case un 20% dos anuncios de mulleres se destaca o prezo (só un 7% no caso dos homes), un 18% a realización de saídas (un 2,5% na prostitución masculina) e un 17% a dispoñibilidade as 24 horas (posibilidade que se inclúe só nun 2,5% nos anuncios protagonizados por eles). No caso das mulleres transxénero, tamén é frecuente a oferta de servizo 24 horas ou de saída, e mesmo en maior medida que as mulleres, o destacar no anuncio o prezo (nun 26,32% sobre o total de pezas).





Observatorio  
galego  
CCS medicis



**COLEXIO  
PROFESIONAL  
DE XORNALISTAS  
DE GALICIA**



**XUNTA DE GALICIA**  
PRESIDENCIA  
Secretaría Xeral da Igualdade

- Os estereotipos de xénero maniféstanse así mesmo no tipo de características ofertadas segundo falemos de mulleres, homes ou mulleres transxénero. Deste xeito, a non profesionalidade –calidade que se destaca nun 8,85 dos anuncios de prostitución feminina asociada ben á inocencia, ben ao morbo– non se inclúe nunca nos anuncios de homes ou mulleres transxénero. E o mesmo acontece coa madurez, que, no imaxinario masculino, se asocia ao arquetipo ligado á figura maternal. Así mesmo, o cariño como valor vendíbel está moito máis presente nos anuncios de prostitución feminina (no 17% dos mesmos) ca nos de prostitución masculina (no 7,55) ou nos de prostitución de mulleres transxénero (no 1,75%).
- Os modelos de muller máis presentes nos anuncios de sexo de pago son os correspondentes á “muller obxecto” (aquela da que se destacan fundamentalmente as súas características físicas), a “muller viciosa” (aquela da que se subliña a súa apetencia polo sexo) e a muller virxinal (delas destácase a súa xuventude e a súa inocencia, e poden ser presentadas segundo o estereotipo de “lolita”).
- No discurso presente nos anuncios de sexo de pago, conflúen valores patriarcais, pornográficos e mercantilistas. Patriarcais, canto que explotan os estereotipos de xénero tradicionais: muller obxecto e/ou sumisa, ou mesmo responsábel da satisfacción das necesidades non só sexuais senón tamén afectivas dos homes. Pornográficos, na medida en que se fai relación explícita e pormenorizada de todo tipo de prácticas sexuais, nas que o risco é presentado como un plus na oferta, e marcadas ademais por unha visión androcéntrica do sexo, tanto pola súa concepción fundamentalmente xenital, como pola concepción das mulleres como obxectos proporcionadores de pracer para os homes. E mercantilistas, pois neles é explícito o afán por diferenciarse fronte á competencia, destacando para iso todo tipo de características, como xa foi indicado, dende a renovación da mercadoría, até as ofertas en prezos, pasando pola diversidade de atributos físicos e prácticas sexuais ofertadas.



Observatorio  
galego  
de Cs Médicos



**COLEXIO  
PROFESIONAL  
DE XORNALISTAS  
DE GALICIA**



**XUNTA DE GALICIA**

PRESIDENCIA  
Secretaría Xeral da Igualdade

**ANEXO:**

**SÍNTESE DA XORNADA "PROSTITUCIÓN E MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN. O DEBATE PENDENTE" CELEBRA POLO  
COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS DE GALICIA EN  
AGOSTO DE 2010**



De modo parello á elaboración deste traballo de investigación, o Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia levou a cabo a organización da xornada "Prostitución e medios de comunicación. A reflexión pendente", na que contou coa participación tanto de profesionais dos medios (na sesión titulada "A cobertura informativa da prostitución. Rutinas e obstáculos na súa abordaxe") como de asociacións, feministas e/ou asistenciais, cun estreito coñecemento e abordaxe da realidade da prostitución (na sesión que levou por nome "A realidade da prostitución fronte ao espello mediático"). A intención era comparar as olladas dende un e outro lado do espello mediático. Por unha banda, a visión das e dos profesións encargados de conformar a realidade construída que son os contidos mediáticos. Doutra, aquelas entidades que coñecen máis de preto a situación da prostitución en Galicia.

Consideramos de interese traela ás páxinas deste traballo, para que a/o lector/a interesado/a poida contrastar as conclusións obtidas da análise do contido e do discurso mediático que se ofrecen como resultado desta investigación e as impresións recollidas do testemuño deitado polas/os profesionais dos medios e as asociacións.

## 1. IMPRESIÓNS RECOLLIDAS DENDE OS MEDIOS

- **Presenza/ausencia na axenda diaria do medio:** As e os profesionais da comunicación destacan que nas redaccións non hai un interese proactivo por abordar a realidade da prostitución. Cando é tratada, aparece polo xeral en noticias breves, e en relación con informacións de sucesos (operacións policiais de envergadura, sucesos luctuosos ou deportacións de mulleres estranxeiras en situación irregular...). Outra posíbel entrada na axenda informativa é a través dos focos onde se concentra a prostitución (pisos en determinadas zonas das cidades ou clubs á beira das estradas), pero cando tal acontece, a información céntrase no conflito veciñal (as voces das/os veciños reclamando que a práctica da prostitución se retire do seu contorno próximo) ou político (as reaccións políticas ás protestas), nunca na problemática das propias prostitutas.
- **Desinterese pola súa abordaxe:** Non existe polo xeral unha liña editorial sobre o tratamento da prostitución. Con todo, as e os xornalistas non adoitan ter tampouco presións para evitar o tema. Máis que censura, hai desinterese. Apúntanse varias razóns posíbeis: a) o peso dos anuncios de sexo de pago como fonte de ingresos para o xornal; b) O feito de que os medios estean dirixidos por homes que mesmo poden ser eles mesmos usuarios da prostitución.



- **Ausencia de debate:** Saliéntase a inexistencia de debate social sobre o tema, o que se traslada ao/á xornalista, que tampouco ten polo xeral ningún tipo de visión conformada ao respecto. Reclámase polo tanto unha maior implicación das institucións, que se traslade a continuación aos medios. De igual xeito, os e as xornalistas afirman as dificultades que supón, á hora de tentar informar sobre prostitución, a existencia de dúas posturas diverxentes entre as asociacións –abolucionismo e regulacionismo- que achegan así mesmo visións, por veces, mesmo por completo dispares á hora, tanto na súa concepción da prostitución (como traballo ou explotación) ou a súa visión sobre quen a exerce (como axente ou como vítima) senón tamén á hora de describir de describir a realidade da prostitución.
- **Abordaxe pouco coidada:** A consecuencia disto é unha redacción pouco coidada e traballada polos comunicadores e as comunicadoras, que en xeral se limitan a trasladar a información dada polas fontes policiais. Cáese así asiduamente en prácticas a evitar como a publicación das nacionalidades da prostitutas ou a utilización de termos como “trata de brancas”.
- **Dificultade de acceso ás fontes:** Destácanse outros problemas engadidos á hora de tratar informativamente o tema, derivados do propio carácter ilegal da prostitución. O principal deles é a dificultade para utilizar como fontes as mulleres prostitutas. Chegar até elas pode ser sinxelo para a ou o xornalista, utilizando os propios anuncios que aparecen nos xornais, mais a práctica demóstralles que cando isto se intenta, non queren falar, e responden polo xeral con medo. Nisto saliéntanse diferenzas entre as prostitutas máis novas, especialmente nos pisos e clubs, e unha prostitución máis tradicional, de mulleres de máis idade, nas que se encontra unha maior disposición a falar cos medios.
- **Imaxes:** Á hora de ilustrar as pezas informativas con imaxes, úsanse polo xeral aquelas que son facilitadas polos propios corpos policiais, nas que poden aparecer visións estereotipadas (por caso, prostitutas en roupa interior) e mesmo en ocasións vulneradoras da intimidade (rostros sen pixelar). No caso de usárense fotografías propias, acódesse tamén a imaxes recorrentes, dende fotomontaxes de arquivo que se utilizan unha e outra vez (por exemplo, as pernas dunha redactora diante dun bordel) até imaxes roubadas sen permiso das persoas que as protagonizan.
- **Anuncios:** No que respecta aos anuncios de prostitución, destácase o seu peso no financiamento do xornal, que se converte por veces nun soporte publicitario da explotación. Alértase da inexistencia dun libro de estilo que regule os contidos publicitarios, de modo que na práctica pode acabar aceptándose case calquera tipo de imaxe ou texto (“sempre que non se metan con menores”). En ocasións, as propias prostitutas van entregar os textos dos anuncios aos xornais, e algún dos xornalistas consultados afirma que pola súa actitude ou mesmo polo texto do anuncio pode distinguirse a aquelas mulleres que están explotadas. Apúntase á regulación da publicidade como un paso necesario para combater a trata de persoas.



## 2. IMPRESIÓNS RECOLLIDAS DENDE AS ASOCIACIÓNS

Da sesión realizada coas asociacións –nas que se puxeron de manifesto as discrepancias entre abolicionismo e regulacionismo– extraemos algunhas conclusións xerais daqueles puntos nos que coinciden a meirande parte delas:

- **A relación cos medios:** As asociacións amosan polo xeral receos cara á relación cos medios, e algunhas manifestan mesmo teren rexeitado colaborar con eles. Os motivos apuntados van dende experiencias previas de manipulación informativa, ao tratamento que se lle dá á información (por simplificador, tendente á espectacularización, e apegado á visión policial) e o interese ocasional que os medios amosan pola abordaxe da prostitución. Constatan, neste senso, que o habitual é que os medios só se dirixan ás asociacións cando abrolla un acontecemento impactante ou en determinadas datas sinaladas (Día Mundial da Sida, 8 de Marzo, Día contra a violencia de xénero...). Así mesmo, as asociacións que fan traballo de información e asistencia nos bordeis afirman que a aparición nos medios pode dificultarlles a entrada nos locais e o trato cos proxenetas. As asociacións amósanse así mesmo reticentes a ser acompañadas polos medios nas súas visitas aos bordeis, tanto polos polos problemas que poden xurdir no traballo como por experiencias previas de manipulación informativa.
- **Cando é a asociación quen se dirixe aos medios:** Nalgunha ocasión, as asociacións realizan comunicados puntuais de prensa, mais afirman que é habitual que non saian publicados, ou que se publiquen de maneira errada. Presentan, daquela, como alternativa a comunicación directa a través de Internet.
- **Estigmatización:** Destácase que a información é estigmatizada a través dunha visión policial, que pon ao mesmo nivel (á hora de falar de delitos) as prostitutas e os proxenetas.
- **Simplificación:** Observan ao mesmo tempo unha falta de sensibilidade e especialización, así como o cultivo de tópicos (prostitución de luxo, inmigrantes, determinadas idades, lugares comúns sobre as razóns dos homes para acudir á prostitución...). Deste xeito, algúns tipos de prostitución son completamente invisibilizadas nos medios, como a prostitución local, de máis idade. Denúnciase tamén a confusión de prostitución e trata, que adoito son abordadas de igual maneira nos medios. Os erros no tratamento mediático poden chegar a ser mesmo perigosos, como no caso dunha testemuña protexida da Operación Carioca que apareceu completamente identificada nun informativo de televisión.
- **As prostitutas, sen voz:** Como problema de enfoque previo, alértase da falta de presenza nos medios das prostitutas (e, nalgúns dos casos, tamén dos clientes e proxenetas). Consideran que o acceso a elas pode contribuír a que os medios conformen unha imaxe máis real e menos peneirada a través dos tópicos. Destacan que os medios deberían poder chegar a elas sen pasar polas asociacións. Con todo, compréndese a existencia de medo a falar por parte das prostitutas.



Observatorio  
galego  
de Cs Médicos



COLEXIO  
PROFESIONAL  
DE XORNALISTAS  
DE GALICIA



XUNTA DE GALICIA  
PRESIDENCIA  
Secretaría Xeral da Igualdade

- **Anuncios de sexo de pago:** Sobre a presenza de anuncios de contactos nos xornais, aparecen, como é lóxico, posicións enfrontados entre asociacións abolicionistas e regulacionistas, mais unha boa parte das organizacións, independentemente da súa perspectiva, poñen poucas esperanzas na prohibición desta publicidade. Apúntase que esta prohibición pode ser irrelevante no combate contra a explotación sexual, ao existiren outras canles como Internet, e denúnciase que as medidas propostas non estean acompañadas doutras que favorezan a integración laboral e socioeconómica das prostitutas. Así mesmo, algunha organización asistencial alerta de que a prohibición destes anuncios pode servir para a invisibilización das prostitutas, dado que os utilizan para acceder aos pisos.



Observatorio  
galego  
de Cs Médicos



**COLEXIO  
PROFESIONAL  
DE XORNALISTAS  
DE GALICIA**



**XUNTA DE GALICIA**  
PRESIDENCIA  
Secretaría Xeral da Igualdade

## **BIBLIOGRAFÍA**

ABC (2010). "El Pleno insta a medios de comunicación a eliminar los anuncios de prostitución", *ABC*, 29/06/2010. Dispoñíbel en:  
<http://www.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=436405>

ACIÉN, Estafanía e SOLANA, José Luís (2008) *Los retos de la prostitución. Estigmatización, derechos y respecto*, Granada: Comares

AIERBE, P. (2008). "Representación de mujeres trabajadoras inmigrantes en los medios de comunicación", *MUGAK*. Dispoñíbel en:  
<http://www.mugak.eu/gunea/mujer/>

ALBA, Yolanda (ed) (2000). *Guía de buenas prácticas para periodistas y comunicador@s. Prostitución y tráfico de mujeres con fines de explotación sexual en los medios de comunicación*, Barcelona: Red Europea de Mujeres Periodistas Españolas.

ALBA, Yolanda (2006). "La prostitución en los mass-media hoy", *Crítica* 940, 52-56

ALECRÍN (2006). *Informe Prostitución en Lugo*, Lugo: Casa da Muller, Concellería de Muller e Servizos Sociais, Concello de Lugo. Dispoñíbel en:  
<http://www.alectrin.org/campanasnoticiasvarios/Informe%20Lugo-gal.pdf>

ALECRÍN (2006). "Medios de comunicación e prostitución". Dispoñíbel en:  
<http://www.observatoriodosmedios.org/foros/viewtopic.php?t=57>.

ARELLA, Celeste et al. (2007). *Los pasos (in)visibles de la prostitución*, Barcelona, Virus editorial

BABIKER, Sarah (2010). "Entrevista a Catharine Mackinnon. La pornografía es una rama de la prostitución", *Ameco Press*, 28/06/2010. Dispoñíbel en:  
<http://www.amecopress.net/spip.php?article4249>

BANDERA, Magda (2010). "La dueña del burdel ponía un anuncio cada diez días", *Público*, 25/07/2010. Dispoñíbel en:  
<http://www.publico.es/espana/329526/duena/burdel/ponia/anuncio/diez/dias>

BRIZ, Mamen e GARAIZÁBAL, Cristina (2007) (coord.). *La prostitución a debate. Por los derechos de las prostitutas*, Madrid: Talasa

CANTARERO, Joan (2007). *Los amos de la prostitución en España*, Ediciones B: Barcelona

CASANOVA, Jorge (2009) "Mi marido no sabe que me prostituyo por las tardes", *La Voz de Galicia*, 05/04/2009. Dispoñíbel en:  
[http://www.lavozdeg Galicia.com/galicia/2009/04/05/0003\\_7635766.htm](http://www.lavozdeg Galicia.com/galicia/2009/04/05/0003_7635766.htm)

CASTAGNANI, Tiziana e COLORADO, César (2009). "La representación de la mujer inmigrante en la prensa escrita española. Análisis del discurso citado en textos periodísticos", *Discurso y Sociedad* 3, 621-657. Dispoñíbel en:  
<http://www.dissoc.org/ediciones/v03n04/DS%284%29Castagnani&Colorado.pdf>

CIDACOM. "O tratamento da violencia de xénero nos medios de comunicación galegos. A Declaración de Compostela e o seu cumprimento nas redaccións galegas". Investigación inédita. 2007



CIDACOM. "Análise lonxitudinal da abordaxe da violencia de xénero nos medios de comunicación galegos". Investigación inédita. 2008.

CORTES GENERALES (2007). *Informe de la Ponencia sobre la situación actual de la prostitución en nuestro país*, Boletín Oficial de las Cortes Generales.

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.

DUBOIS, Hubert (2006). "El papel de los medios de comunicación en la difusión de noticias sobre tráfico y prostitución" en VV.AA. (2006): *Congreso internacional Madrid y la prevención del tráfico de mujeres con fines de explotación sexual. De Europa y África a Madrid: procedencia y destino*, Madrid: Área de Gobierno de Empleo y Servicios a la Ciudadanía. Dirección General de Igualdad de Oportunidades, Ayuntamiento de Madrid, 152-155.

FAGOAGA, Concha (2007). "Los discursos de la prostitución en la prensa española" en VV.AA: *Congreso internacional Derechos humanos y prostitución, Madrid: Área de Gobierno de Empleo y Servicios a la Ciudadanía*, Dirección General de Igualdad de Oportunidades: Ayuntamiento de Madrid, pp. 201-209.

GALLEGO AYALA, Joana (2007): "De reinas a ciudadanas (o la imposibilidad de dejar colgado el género en la puerta de la redacción)", *Género y Comunicación* 9, 11-33

GARAIZÁBAL, CRISTINA. "Polémica sobre los anuncios de prostitución: Moralina frente a derechos", *Diagonal*, 29/10/2009. Disponible en: <http://www.nodo50.org/feminismos/spip.php?article379>

GIRÓ, Xavier e JARQUE, José Manuel (2006). "Prensa escrita e inmigración: Estudio sobre la opinión de los diarios sobre la inmigración procedente de fuera de la Unión Europea y sobre la cobertura informativa de conflictos destacados que tienen relación con ella", *Zer* 20, 257-270. Disponible en: [http://www.ehu.es/zer/zer20/zer20\\_16\\_giro.pdf](http://www.ehu.es/zer/zer20/zer20_16_giro.pdf)

GÓMEZ SUÁREZ, Águeda e PÉREZ FREIRE, Silvia (2009). *Prostitución: clientes e outros homes*, Vigo: Xerais

GUEREÑA, Jean-Louis (2003). *La prostitución en la España contemporánea*, Madrid: Marcial Pons

HOLGADO FERNÁNDEZ, Isabel (ed.) (2008). *Prostituciones. Diálogo sobre sexo de pago*, Barcelona : Icaria

JULIANO, Dolores (2004). "Las telarañas de las redes migratorias". Disponible en: [http://www.nodo50.org/feminismos/article.php3?id\\_article=20](http://www.nodo50.org/feminismos/article.php3?id_article=20)

MAGALLÓN, Carmen (2009). "Prostitución y lenguaje", *Público*, 16/09/2009. Disponible en: <http://blogs.publico.es/delconsejoeditorial/281/prostitucion-y-lenguaje/>



Observatorio  
galego  
de Cs Médicos



COLEXIO  
PROFESIONAL  
DE XORNALISTAS  
DE GALICIA



XUNTA DE GALICIA  
PRESIDENCIA  
Secretaría Xeral da Igualdade

MASSANET RIPOLL, Erika e RIPOLL ARCACIA, Carolina (2008). "La representación de la mujer inmigrante en la prensa nacional", *Papers* 89, 169-185. Disponible en:

<http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n89p169.pdf>

MENÉNDEZ MENÉNDEZ, Isabel (2006). *El zapato de Cenicienta. El cuento de hadas del discurso mediático*, Uviéu: Trabe

MENÉNDEZ MENÉNDEZ, Isabel (2007): "Periodismo desde la perspectiva de género o la igualdad como criterio de calidad", *Género y Comunicación* 9, 11-33

MORA, Miguel (2009). "Anatomía de Berlusconi", *El País*, 7/06/2009. Disponible en:

[http://www.elpais.com/articulo/reportajes/Anatomia/Berlusconi/elpepusocdmg/20090607elpdmgrep\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/reportajes/Anatomia/Berlusconi/elpepusocdmg/20090607elpdmgrep_1/Tes)

MORENO SARDÁ, Amparo (1998). *La mirada informativa*, Barcelona: Bosch Comunicación

OSO CASAS, Laura (2004) "Mulleres inmigrantes latinoamericanas e traballo sexual en Galicia" en VV.AA. (2004): *Outras voces, outros mundos. Mulleres inmigrantes e prostitución en Galicia*, *Andaina*, 23-57

PÉREZ, Marcos S. (2010). "E agora que facemos cos soportes dixitais?" en SUBIELA, Xaime (coord.). *Informe Galicia 2010*, Santiago de Compostela: Atlántica de Información e Comunicación de Galicia

PÉREZ, Marcos S. (2009). "O negocio do sexo nos xornais", *Tempos Novos*, outubro de 2010. Disponible en:

<http://www.temposdixital.com/?p=2436>

PÉREZ WOLFRAM, C. (2003). Las inmigrantes en la prensa: víctimas sin proyecto migratorio, *Mugak* 24. Disponible en:

<http://revista.mugak.eu/articulos/show/260>

PONTÓN CEVALLOS, Jenny (2009). "Trata de mujeres en los medios: ¿cómo se trata?. Disponible en:

<http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/1358/1/06.%20Trata%20de%20mujeres%20en%20los%20medios%e2%80%a6%20Jenny%20Pont%c3%b3n%20Cevallos.pdf>

PUÑAL RAMA, Ana Belén (2007). "El tratamiento de la prostitución en los medios de comunicación. Algunas recomendaciones", *Género y Comunicación* 9, 145-162

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

RIOPEDRE, José L. (2004) *Mara y sus amigas. Investigación sobre la prostitución en Galicia*, Lugo: Manuscritos

RUSSELL, Diana E., Radford, Jill (ed) (2006), *Feminicidio. La política del asesinato de las mujeres*, México DF: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.



Observatorio  
galego  
de Cs Médicos



COLEXIO  
PROFESIONAL  
DE XORNALISTAS  
DE GALICIA



XUNTA DE GALICIA  
PRESIDENCIA  
Secretaría Xeral da Igualdade

SALAS, Antonio (2004) *El año que trafiqué con mujeres*, Madrid: Ediciones Temas de Hoy.

SIDDHARTH, KARA (2010). *Tráfico sexual: el negocio de la esclavitud moderna*, Madrid: Alianza

SOBRADOS LEÓN, Maritza (2006). "La inmigración en los medios de comunicación Españoles", *Comunicação e Informação* 9, 42.52. Disponible en:  
<http://www.revistas.ufg.br/index.php/ci/article/view/10882/7275>

VIGARA, Ana M<sup>a</sup> e JIMÉNEZ, Rosa M<sup>a</sup>. (2002). "Género", *sexo, discurso*, Madrid: Laberinto

WACC (2010). *Who makes the news. Global media monitoring project. Preliminary report*. Disponible en:  
[http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp\\_reports/2010/gmmp\\_2010\\_preliminary.pdf](http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/gmmp_2010_preliminary.pdf)

XUNTA DE GALICIA (2004) *A prostitución femenina na comunidade autónoma de Galicia*, A Coruña: Servicio Galego de Igualdade.

\_\_\_\_\_ (2006) *Congreso Internacional Tráfico Internacional y Trata de Mujeres. Claves básicas para reflexionar sobre un problema*, Montijo: Junta de Extremadura, Consejería de Cultura, Instituto de la Mujer de Extremadura.

\_\_\_\_\_ (2007) *Informe de la ponencia sobre la prostitución en nuestro país. Aprobada en sesión de la ponencia de 13 de marzo de 2007*, Madrid: Boletín Oficial de las Cortes Generales

\_\_\_\_\_ (2010) "Por que os xornais e outros medios deben eliminar os anuncios de contactos e non todas as outras mercadorías que publicitan...", *Andaina* 55, 9.