

GOBERNANZA LOCAL

Instrumentos y procesos para la acción local en materia de violencia de género

Responsabilidad y deontología en el tratamiento mediático de la prostitución

PROSTITUCIÓN Y MEDIOS DE
COMUNICACIÓN

Dra. Belén Zurbano Berenguer

Grupo de investigación Estudios de Medios para un Periodismo de Calidad



Instituto Andaluz de Administración Pública
CONSEJERÍA DE HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



FEDERACIÓN
ANDALUZA
DE MUNICIPIOS
Y PROVINCIAS

NOSDO
AYUNTAMIENTO
DE SEVILLA



- Capacidad de agenda
- Capacidad de enfoque
- Capacidad sobre los efectos
(cognitivos, incidencia política, conceptuales...)



The Social Adviser



El “ejercicio Afganistán”













Inside: Joe Klein on the challenge in Pakistan

AUGUST 9, 2010

TIME



What Happens if We Leave Afghanistan
BY ARYN BAKER

Aisha, 19, had her nose and ears cut off last year on orders from the Taliban because she fled abusive in-laws

www.time.com

The central image is a magazine cover for TIME magazine, dated August 9, 2010. The cover features a large photograph of a young woman with dark hair, wearing a purple and blue patterned shawl. She has a visible injury on her nose. The magazine title 'TIME' is printed in large red letters across the top. Below the title, the main headline reads 'What Happens if We Leave Afghanistan' by Aryn Baker. A yellow circle highlights this headline. A smaller headline at the top of the cover reads 'Inside: Joe Klein on the challenge in Pakistan'. A short bio blurb at the bottom right of the cover states: 'Aisha, 19, had her nose and ears cut off last year on orders from the Taliban because she fled abusive in-laws'. The website 'www.time.com' is printed at the very bottom of the cover.



Inside: Joe Klein on the challenge of

TIM

A photograph of a woman with dark hair, wearing a purple and white patterned shawl. She has a visible injury on her nose, which is circled in yellow.

What Happens if We Leave Afghanistan
BY ARYN BAKER

Aisha, 18, had her nose and ears cut off last year on orders from the Taliban because she fled abusive in-laws

www.time.com

Burka





Inside: Joe Klein on the challenge

TIM

What Happens if We Leave Afghanistan
BY ARYN BAKER

Aisha, 18, had her nose and ears cut off last year on orders from the Taliban because she fled abusive in-laws

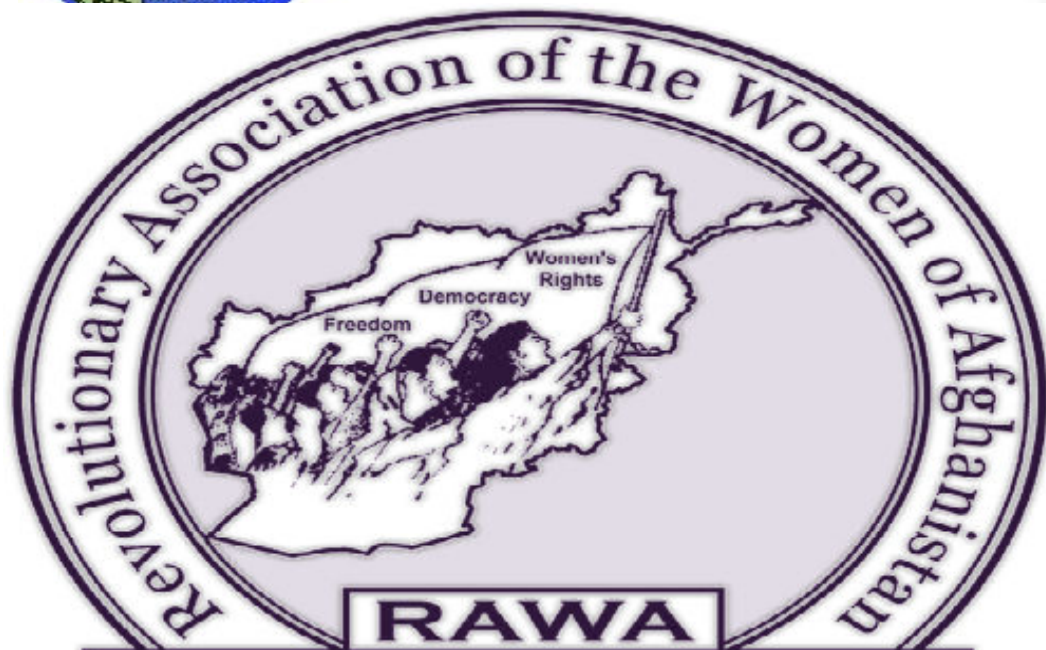
www.time.com

Burka



AFGANISTÁN





جمعیت انقلابی زنان افغانستان

1977

Los medios *construyen* las realidades que narran

Los contenidos y discursos de los medios de comunicación social no son inocuos. Tienen efectos sociales relevantes y significativos.



La ciudadanía tiene derecho a una información veraz pero también completa y compleja que nos ayude a comprender la realidad y los procesos sociales que vivimos y de los que somos partícipes



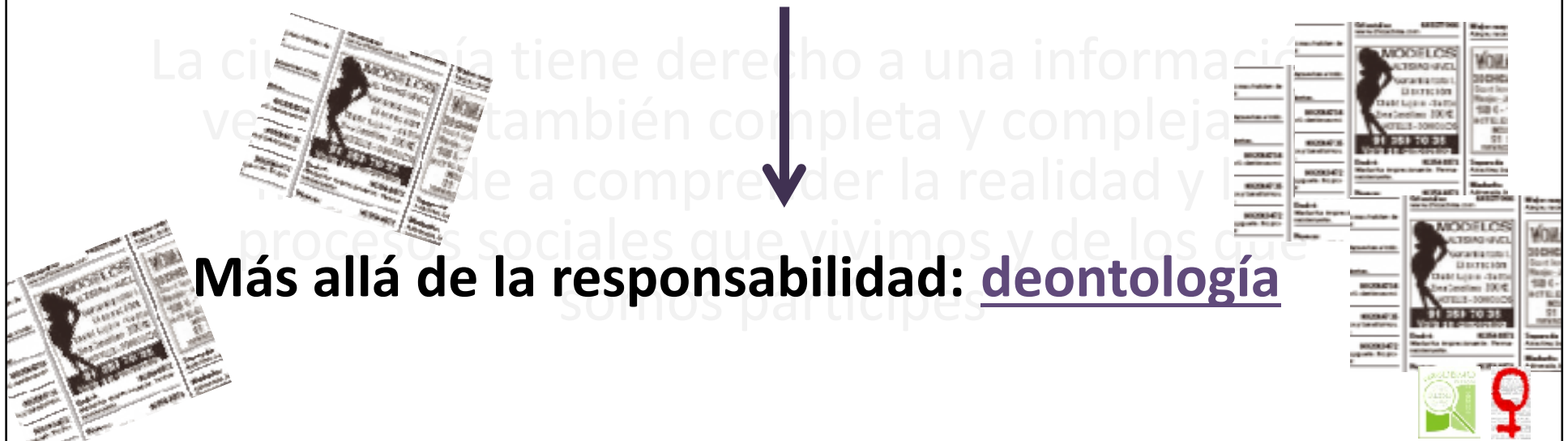


Los medios *construyen* las realidades que narran

(In) Visibilizan – Normalizan – Banalizan – Educan la mirada



Más allá de la responsabilidad: deontología

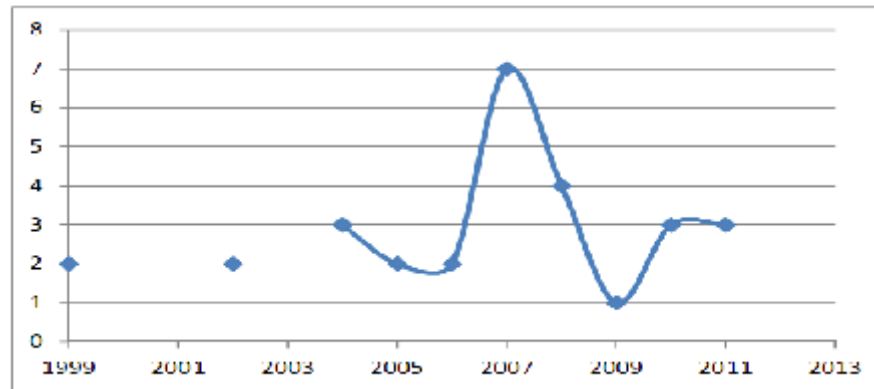


Deontología + compromiso

Proliferación
vs.
Accesorios
Injerencia
Desconexión

Consensos
incuestionables
vs.
Práctica profesional
distante

“Parecen [los decálogos] dedicados a su propio público, más que a los periodistas (...) no hay una intercomunicación entre quienes elaboran documentación para los periodistas y los periodistas” (EM_R_RA, anexo 4, p. 25).



“Yo hago mucho tema sanitario y hay tratamiento de la enfermedad mental, del SIDA (...) y no voy a los médicos diciéndoles lo que tienen que hacer, entonces que me dejen a mí que haga mi trabajo” (EP_R_EDB, anexo 4, p. 46).

“El decálogo que se puede decir que utiliza El Mundo es el de la ética profesional y el de la honestidad de una información, punto” (EM_M_AR, anexo 4, p. 3).



Enfoque poliédrico y acción local

- Los medios son organizaciones empresariales al mismo tiempo que garantes de un derecho fundamental: intereses contrapuestos
- La acción local debe pasar necesariamente por la generación de **acuerdos** y el reciclaje **formativo**



Enfoque poliédrico y acción local

INICIATIVAS

- Sevilla: <https://goo.gl/jOZYRZ>

Elementos discursivos interesantes (cliente, mercancía) + actualización muy reconocida en la Academia + enfoque prostituidor

- Barcelona
- Madrid



¿aplicación?
¿aceptación?
¿conocimiento?

<http://www.elmundo.es/madrid/2016/09/23/57e4f6dce2704eb3068b45fb.html>





2010



¿Tan poco vales
que tienes que pagar?

La prostitución existe porque tú pagas.
Precio incluye: humillación, vejación, violencia, ...

NO SDO
AYUNTAMIENTO DE SEVILLA
Mujer

2008

Gobierno de Sevilla
Sevilla ciudad libre de explotación sexual
112



2013



Cuenta de resultados vs. Beneficio social

40 millones de excusa

Los anuncios que hacen publicidad sobre servicios sexuales son una "vergüenza", afirmó la ministra más joven de la democracia española, quien ostenta la cartera de Igualdad; y que, sin embargo, ha dejado claro que serán los propios medios de comunicación —inmersos en la estructura empresarial de los conglomerados mediáticos que han revertido fines en beneficios— los que "se plantearán renunciar a la publicidad relacionada con el comercio sexual"; eso sí, "cuando sus circunstancias se lo permitan".

40 millones de euros anuales son los beneficios de la publicidad de la prostitución de los medios impresos en España, según el periódico digital *El Plural*, de los cuales 10 millones correspondían al grupo Vocento (editor del diario conservador *ABC*), 5 a *El País* y otros tantos a *El Mundo*, principales cabeceras nacionales. Y parecen constituir una más que considerable circunstancia adversa a la hora de tomar medidas. Ésta es la gran hipocresía de los medios: todos ganan.

De los grandes periódicos de tirada nacional, sólo *Público* se ha opuesto radicalmente a la promoción —tan lucrativa— de la prostitución regulada.

“ El compromiso de los medios para con la sociedad no debería reducirse al tratamiento simplista y maniqueo que acaba reduciendo el atisbo de debate sobre la legalización de la prostitución a estar a favor o en contra ”

Garantes de un derecho fundamental
Constructores de ciudadanía



RESPONSABILIDAD



El tratamiento de la prostitución y el tráfico de seres humanos con finalidad de explotación sexual en los medios de comunicación (2015)

1. Abordar el fenómeno de la prostitución en toda su **complejidad social**.
2. Diferenciar entre la **prostitución ejercida voluntariamente y el tráfico de seres humanos** con fines de explotación sexual o la prostitución forzada.
3. Hacer **visibles** a las **personas que se lucran y/o delinquen** a través de la prostitución y **los clientes** que la hacen posible.
4. **Respetar la dignidad y la libertad** de las mujeres que ejercen la prostitución y rechazar los discursos que atenten contra ello.
5. **Evitar la reproducción de mitos y/o estereotipos** sobre la prostitución.
6. **No banalizar ni hacer sensacionalismo o apología** sobre la prostitución.
7. **No relacionar la prostitución con la delincuencia, la inseguridad y el incivismo**. Debe evitarse ubicar por defecto las noticias en la sección de sucesos.
8. **Utilizar fuentes de información especializadas** y dar voz y autoridad a las mujeres que ejercen la prostitución.
9. **Respetar la decisión de las mujeres que ejercen la prostitución sobre la difusión de su identidad e imagen**. Evitar que puedan ser identificadas si no se cuenta con su consentimiento.
10. **Hacer un uso no sexista del lenguaje**. Tratar de manera equitativa los distintos implicados.
11. Efectuar la **rectificación de información errónea** publicada al respecto.
12. Promover el papel de los gabinetes de comunicación como fuente de información específica para contextualizar las noticias.
13. **Ofrecer formación en materia de género, prostitución y tráfico de seres humanos con finalidad de explotación sexual** a los y las profesionales de la comunicación y a estudiantes del ámbito universitario.
14. **Impulsar la investigación y la difusión** sobre el fenómeno de la prostitución y el tráfico de seres humanos con la finalidad de explotación sexual.
15. **Difundir estas recomendaciones** y seguir su impacto.

[Agència ABITS](#) (Ayuntamiento de Barcelona) y la [Asociación de Mujeres Periodistas de Cataluña](#), en colaboración con entidades, instituciones, colectivos profesionales y medios de comunicación.



El abordaje de la prostitución y la trata de seres humanos con fines de explotación sexual.

Guía de recursos para periodistas

http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/IgualdadDeOportunidades/EspInformativos/IgualdadMujeresHombres/Contraviolenciasmachistas/ficheros/Gu%C3%ADa_actualizada_Septiembre2016OK.pdf



[Sevilla]

"Hay que **profundizar en las causas de la demanda de prostitución** y utilizar el periodismo de datos para **desmontar la hipocresía sistemática de esta sociedad**"
(Manuela Carmena).



Mujeres en los medios, ¿dónde?

Al otro lado: las mujeres periodistas

LAS MUJERES de los medios (versión optimista) <https://youtu.be/1wX5tq-EStk>



- ❑ Las mujeres figuran en un 35% en las empresas (Fundación Internacional de Mujeres Periodistas; 59 países, 5 continentes)
- ❑ Las mujeres periodistas en situación de desempleo son el 63,32% del total de profesionales de la información parados ([Servicio de Empleo Público Estatal \(SEPE\)](#))
- ❑ En Europa occidental las mujeres ocupan el 50% de las redacciones pero solo el 25% de los cargos directivos.



Mujeres en los medios, ¿dónde?

Al otro lado: las mujeres periodistas

LAS MUJERES en los medios (versión optimista) <https://youtu.be/1wX5tq-ESTk>



Mujeres en los medios, ¿dónde?

- Muchas periodistas, mucha precariedad y pocos puestos de responsabilidad
- Cosificación, hipersexualización
- Ausencias manifiestas (en el mejor de los casos)



Prostitución y medios de comunicación en la acción local



CONTRADISCURSO



Consensos profesionales



Empoderamiento como fuentes



Caso VdG

Censo expertas APS

Complejizar la realidad, sensibilizar la representación, concienciar a la sociedad a través de los medios



GOBERNANZA LOCAL

Instrumentos y procesos para la acción local en materia de violencia de género

Responsabilidad y deontología en el tratamiento mediático de la prostitución

Dra. Belén Zurbano Berenguer

bzurbano@us.es

653 423 072

Grupo de investigación Estudios de Medios para un Periodismo de Calidad



Instituto Andaluz de Administración Pública
CONSEJERÍA DE HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA



FEDERACIÓN
ANDALUZA
DE MUNICIPIOS
Y PROVINCIAS

NOSDO
AYUNTAMIENTO
DE SEVILLA

