



Universidad
Nacional
de Córdoba



FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias de la Comunicación

BIBLIOTECA OSCAR GARAT

**AMMAR CON VOZ PROPIA. CAMPAÑA PARTICIPATIVA POR EL RECONOCIMIENTO
DE LOS DERECHOS DE LXS TRABAJADORXS SEXUALES DE CÓRDOBA**

María Pilar Ferrari

Selvia Lorena López De Simone

Aimé Sancho Furlán

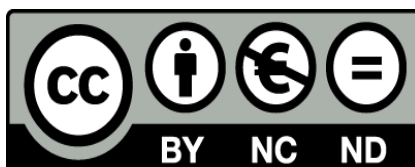
Cita sugerida del Trabajo Final:

Ferrari, María Pilar; López De Simone, Selvia Lorena; Sancho Furlán, Aimé. (2019). "Ammar con voz propia. Campaña participativa por el reconocimiento de los derechos de lxs trabajadorxs sexuales de Córdoba". Trabajo Final para optar al grado académico de Licenciatura en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inérita).

Disponible en Repositorio Digital Universitario

Licencia:

Creative Commons Atribución – No Comercial – Sin Obra Derivada 4.0 Internacional



AMMAR CON VOZ PROPIA



Campaña participativa por el reconocimiento de los derechos
de lxs trabajadorxs sexuales de Córdoba



FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

**Trabajo Final para optar por el grado académico de Licenciatura en Comunicación
Social**

Modalidad: Producto de comunicación

“Ammar con voz propia”

**Campaña participativa por el reconocimiento de los derechos de lxs trabajadorxs
sexuales de Córdoba**

AUTORAS

Ferrari, María Pilar | Orient. Radiofónica

López De Simone, Selvia Lorena | Orient. Audiovisual

Sancho Furlán, Aimé | Orient. Radiofónica

DIRECTORA

Dra. Pereyra Marta Beatriz

CO-DIRECTORA

Lic. Culasso Cecilia

Córdoba, Octubre de 2019

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS (5)

ABSTRACT (6)

INTRODUCCIÓN (7)

OBJETIVOS (9)

FUNDAMENTACIÓN (10)

1. APROXIMACIONES TEÓRICAS (13)

Capítulo 1: Comunicación participativa y derechos (15)

1.1 Fomentar la participación es democratizar la comunicación

1.2 Dónde inscribir aquellas voces disonantes y críticas

1.3 La realidad depende del cristal con que se mire: medios masivos y violencia simbólica

Capítulo 2: Género y trabajo sexual (23)

2.1 Lo personal es político

2.2 Por el derecho a tener derechos

Capítulo 3: Perspectiva de género y trabajo sexual (34)

3.1 “Que nadie más hable por nosotras”

3.2 “Tejiendo redes por el reconocimiento de los derechos de las t.s”

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS DEL TRABAJO FINAL (40)

2.1 Ammar como objeto y sujeto productor de la campaña

2.2 Realización de talleres

2.3 Encuentro Nacional de Trabajadorxs sexuales

3. PRODUCCIÓN DE LA PRÁCTICA DISEÑADA (55)

3.1 Concepción (58)

3.1.1 La campaña de sensibilización como formato. Cómo comunicar sobre el TS

3.1.2 Sensibilizar. Para qué difundir sobre el TS

3.1.3 Radios comunitarias. Destinatarios y destinatarias. Dónde y porqué difundir sobre el TS

3.1.4 Sobre la Viabilidad y Financiamiento de la Campaña

3.2 Diseño (66)

3.2.1 Lenguaje y recursos sonoros

3.2.2 Estructura y estilo de la Campaña: duración y cantidad de piezas

3.2.3 Frecuencia/ Periodicidad de la emisión.

3.2.4 Guiones

3.3 Realización (78)

3.3.1 Consideraciones sobre la grabación y el montaje

CONSIDERACIONES FINALES (80)

BIBLIOGRAFÍA (86)

ANEXOS (90)

AGRADECIMIENTOS

Gracias...

A las compañeras de AMMAR Córdoba, por ayudarnos a entender que su lucha también es nuestra lucha; que juntas somos mejores, que podemos conquistar el derecho a la libertad, al deseo y al goce.

A nuestra directora, Marta, que es mucho más que eso; que nos contagió la pasión por la producción de radio, por su acompañamiento permanente y sobre todo, por la confianza y el vínculo construido.

A nuestra codirectora, Cecilia, por sus aportes a tiempo, por ayudarnos a simplificar lo complejo, por la seguridad, por darnos el empujón para recorrer este camino.

A Jerónima Carot, por convertirse en una pieza clave para que no desanimemos y sigamos hacia adelante; por su contención emocional e intelectual, por su apoyo incondicional.

A Leandro Sánchez, nuestro editor estrella, compañero y soporte, que aportó a esta producción, mucho más que los conocimientos técnicos, sino que se convirtió en parte de este proceso de comienzo a fin.

A Mara Ferrari, por hacer de nuestra rutina, una verdadera obra de teatro. Por sus devoluciones esclarecedoras, por su involucramiento.

A la Jo Berrojalbiz, por el hermoso diseño de la tapa, la contratapa y el interior de este trabajo, que desde una humildad inobjetable, convidó sus conocimientos y su creatividad para aportar los detalles estéticos necesarios.

A nuestras Familias, por pequeñas o numerosas que sean, por el apoyo incondicional, a la distancia o en la presencia, por el sostén y por el amor.

A nuestrxs amigos, por ser parte de nuestras vidas, que sin su amor y su comprensión, este trabajo no hubiera sido posible.

ABSTRACT

El presente trabajo final para optar por el grado de Licenciadas en Comunicación social, da cuenta del proceso de producción y realización de la Campaña radiofónica “Ammar con Voz Propia” que busca informar y sensibilizar a las audiencias de radios comunitarias cordobesas pertenecientes a la Red Farco (Foro Argentino de Radios Comunitarias) sobre la temática Trabajo Sexual Autónomo.

Se abordó la temática desde de la perspectiva de comunicación participativa para relevar las demandas de la organización AMMAR-Córdoba (Asociación de Mujeres Meretrices Argentinas), integrada por trabajadorxs sexuales autónomxs adheridas al sindicato CTA (Central de Trabajadores/as de la Argentina).

A través de la indagación teórica en el marco de los estudios de género, entendemos que el trabajo sexual es una opción laboral tomada voluntariamente por personas mayores de edad que consiste en brindar un servicio de carácter sexual a cambio de una remuneración económica.

El carácter esencial del producto radiofónico es la apropiación de esta herramienta para que lxs trabajadorxs sexuales expresen en primera persona la lucha por el reconocimiento de sus derechos; en un contexto adverso de criminalización, discriminación, estigmatización y abuso policial.

Palabras clave: campaña radiofónica, comunicación participativa, trabajo sexual, género, derechos, AMMAR Córdoba.

INTRODUCCIÓN

Elaboramos este trabajo final desde la necesidad de visibilizar la problemática que implica el trabajo sexual y quienes lo ejercen.

La posición que tomamos es la que considera que el trabajo sexual autónomo puede ser una elección de vida tomada a conciencia y ejercido de manera voluntaria, como un derecho que tienen las personas a trabajar sin que por ello deban ser señaladas, juzgadas y silenciadas.

Existe otra posición que no considera al trabajo sexual como trabajo, si no como prostitución y por lo tanto, no son personas quienes la ejercen sino que son objetos de consumo y donde “las prostitutas” ni siquiera tienen la capacidad de consentir y consensuar los términos en que se desarrolla su actividad, por tanto, debe ser abolida.

En efecto, cada vez que nos refiramos a la problemática en el presente trabajo final, debemos aclarar que siempre estamos hablando del trabajo sexual como una actividad que no está legalmente reconocida como trabajo, aunque su ejercicio voluntario y autónomo no es ilegal, se encuentra penalizada. Es decir, son perseguidxs quienes la ejercen. Intentaremos demostrar por qué es un problema social, moral, político, jurídico y laboral y cuáles son las estrategias comunicativas adecuadas para hacer un tratamiento responsable del mismo.

La perspectiva que seguimos para indagar sobre la problemática y sus múltiples dimensiones es la comunicación participativa. A través de ella pudimos relevar las demandas y necesidades de comunicación de la organización con la que trabajamos de manera colaborativa.

Hacemos referencia a AMMAR-Córdoba, una organización que existe desde el año 2000 en la ciudad de Córdoba y que está integrada por una numerosa cantidad de trabajadorxs sexuales autónomxs, que trabajan tanto en la vía pública como en los departamentos privados. De la totalidad de lxs integrantes, nosotras generamos vínculos con una pequeña comisión de trabajo, que osciló entre cinco y quince personas, para poder elaborar la “Campaña por el reconocimiento de los derechos laborales de les y las trabajadoras sexuales” en sus diferentes etapas de producción.

Esta campaña se propone irrumpir en la escena pública, a través de la representación

directa de las voces protagonistas, como una manera de disputar los sentidos que se han construido en la sociedad sobre la existencia de la prostitución. Así entonces, el rol que las radios comunitarias cumplen para posibilitar transformaciones y generar cambios, se vuelve fundamental para divulgar las voces de lxs trabajadorxs sexuales.

En el primer apartado de este informe, presentamos las aproximaciones teóricas que nos permitieron conocer sobre el tema, las cuales están divididas en tres capítulos. En el primer capítulo “Comunicación participativa y derechos”, hacemos alusión a las características que componen esta perspectiva de comunicación y cómo se relaciona con la ampliación de derechos de los sectores marginados e invisibilizados por la influencia de los medios masivos de comunicación. A la comunicación masiva se le contrapone la comunicación alternativa y popular, caracterizando a la radio comunitaria.

En el segundo capítulo “Género y trabajo sexual”, comparamos las dos posturas que existen frente al estatus legal del trabajo sexual. Por un lado el feminismo abolicionista y por otro lado el feminismo pro-sexo/pro-reconocimiento. Se tensionan además las nociones de género y patriarcado con la cosmovisión androcéntrica del derecho, como una constante histórica en la restricción del acceso de las mujeres a la esfera pública.

En el tercer capítulo, “Perspectiva de género y trabajo sexual” analizamos la importancia de incorporar la perspectiva de género en los medios de comunicación, sobre todo en lo que respecta al tratamiento responsable del trabajo sexual a fin de contrarrestar estereotipos, derribar mitos y prejuicios sobre la actividad.

En el segundo apartado presentamos el trabajo metodológico que hemos realizado para producir la campaña radiofónica. En él incluimos los fragmentos más relevantes de los talleres de producción, ya que el resto de la información “en crudo” la remitimos al apartado de Anexos.

Por último, referimos el proceso de producción de la campaña. Dividimos el mismo en tres momentos. En la Concepción presentamos el tema y como llegamos al mismo, en el Diseño describimos las características generales de lo que es una campaña radiofónica, los objetivos que persigue y caracterizamos al público destinatario. En la Realización presentamos los guiones de las piezas sonoras, a la vez que explicamos cada una de sus partes; e incluimos algunas consideraciones sobre la grabación, la edición y el montaje - todas tareas de post-producción-.

Hacia el final de este informe, exponemos una serie de Consideraciones finales, de carácter reflexivo y concluyente sobre el proceso de elaboración global de este trabajo final.

OBJETIVOS GENERALES:

- Contribuir a la visibilidad de la problemática del trabajo sexual y al
- reconocimiento de los derechos laborales de lxs trabajadorxs sexuales adheridas al sindicato AMMAR Córdoba capital.
- Producir y realizar una campaña radiofónica para informar sobre el trabajo sexual autónomo y sensibilizar a las audiencias sobre el ejercicio pleno de los derechos laborales de lxs trabajadorxs sexuales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Indagar sobre el trabajo sexual en el marco de los estudios de género para dar cuenta de la relación que mantienen las dimensiones jurídica, social y laboral de la temática.
- Relevar las demandas de la organización AMMAR Córdoba a través de un proceso de comunicación-participación.
- Aportar a las radios comunitarias cordobesas un producto sonoro inclusivo que divulgue las voces de lxs trabajadorxs sexuales en radios comunitarias cordobesas de la Red FARCO.

FUNDAMENTACIÓN

El presente trabajo final se inscribe en el campo de la comunicación social desde la perspectiva Comunicación Participativa que posibilitó el abordaje responsable de la temática “Trabajo Sexual Autónomo” en la ciudad de Córdoba, para resignificarla a través de la perspectiva de género y derechos humanos.

“El sistema legal imperante en Argentina considera a la prostitución como una actividad permitida y como tal una opción abierta para lxs adultxs que quieran desarrollarla. De este modo una persona tiene el derecho, si así lo quiere, a intercambiar algún tipo de actividad sexo-erótica a cambio de una suma de dinero (u otro bien material), y puede hacer de esto una experiencia esporádica, un juego erótico o una ocupación habitual. Sin embargo, el Estado en sus distintos niveles ha implementado políticas públicas que dificultan (incluso imposibilitan) su ejercicio. Es decir, se trata de una actividad permitida constitucionalmente, legalmente lícita, pero sobre la que el Estado progresivamente ha ido recortando derechos. Esta situación ha impactado de manera desfavorable en el ejercicio del trabajo sexual (T.S) ubicándolo en la clandestinidad total.” (Aravena., et.al. 2015. p.12)

La fidelidad que los medios masivos de comunicación le deben al Estado implícita o explícitamente, podría explicar la reproducción del discurso de “clandestinidad total”, expresado en el tratamiento amarillista, moralista y capacitista sobre el trabajo sexual “No eligen, no tienen opción”. Debido a ese abordaje sesgado y al estigma que le imprime la criminalización, los medios de comunicación contribuyen fuertemente a la construcción de un sentido del TS con una fuerte connotación negativa que le impide visibilizarse como una actividad legítima.

Debido a esto, nos encontramos en la necesidad de comunicar los aspectos fundamentales e intrínsecos de la problemática actual del T.S Autónomo desde una perspectiva de género que sitúe a lxs trabajadorxs sexuales como sujetxs de derecho y no vistxs como objetos de la información con fines comerciales. Por lo tanto, creemos que las herramientas comunicacionales que posibilitan trabajar con voces en primera persona y recuperar las experiencias colectivas de una organización de más de 19 años de trayectoria y lucha (por el reconocimiento del trabajo sexual) como lo es AMMAR-CBA, pueden ser hoy proporcionadas por la perspectiva de comunicación participativa que apuesta al cambio social.

Dicho enfoque resalta la desigualdad existente de un proceso o hecho particular; “en el que es posible observar las relaciones multidimensionales que guarda la comunicación participativa con las necesarias transformaciones en las estructuras de poder, con los discursos y prácticas de las organizaciones sociales, con los procesos inherentes a las democracias participativas y con las movilizaciones sociales, por citar algunas de las más importantes.” (Del Valle, 2007, p.19).

Por lo tanto, posicionadas desde esta perspectiva, y teniendo en cuenta el contexto capitalista y patriarcal, nuestra motivación es poder generar vínculos, espacios de escucha e intercambio con los distintos sectores de la sociedad que hoy no acceden plenamente a derechos humanos inalienables, como lo es el Derecho a la Comunicación. Así, “el ejercicio ciudadano remite a participar en condiciones de mayor igualdad en el intercambio comunicativo, en el consumo cultural, en el manejo de la información y en el acceso a los espacios públicos” (Hopenhayn, M, 2000, p.5). Desde esta perspectiva, la comunicación adquiere un estatuto fundante en tanto interacción que hace posible la colectivización de intereses, necesidades y propuestas.

Debido a ello es pertinente dar este debate en la sociedad, sobre todo teniendo en cuenta que los derechos que hasta hoy hemos conquistado las mujeres y personas con identidad de género diversas, son fruto de la lucha incansable posibilitada por distintas formas de organización social y colectiva. Sin embargo, el trabajo sexual, es desde hace varios años, uno de los temas más polémicos al interior de la teoría feminista, a tal punto que la ha dividido en (al menos) dos grupos opuestos e irreconciliables. Por un lado, feminismo radical, abolicionista y anti prostitución, y por el otro, feminismo prosexo, regulacionista o pro trabajo sexual. El término Prostitución es entonces, utilizado por los feminismos radicales abolicionistas, quienes buscan eliminarla, entendiendo que la sexualidad es la base de todas las formas de desigualdad de género. Por otra parte, el término Trabajo Sexual es empleado principalmente por feministas pro-sexo y trabajadorxs sexuales que buscan el reconocimiento del trabajo sexual y afirman la voluntad y agencia de las personas (adultas e independientes) que lo realizan. Sin dudas, nosotras nos identificamos con este último.

Con el objeto de inscribir las voces disonantes y excluidas en los medios comunitarios y populares, es que desarrollamos este micro aporte a la comunidad para que las voces de lxs trabajadorxs sexuales de AMMAR-CBA sean divulgadas en espacios mediáticos que actualmente discuten y plantean la necesidad de incorporar en sus programaciones la perspectiva de género, contemplando e implementando el uso del lenguaje inclusivo y no sexista, y abriendo los micrófonos a aquellos sectores que han sido históricamente silenciados.

En tanto que medios de comunicación participativa para el cambio social, las radios comunitarias ofrecen varias ventajas para que la Campaña “Ammar con voz propia” sea

difundida en los mismos. Principalmente, porque ejercen la radiodifusión como un servicio y no como una simple actividad comercial lucrativa. Así mismo, son consideradas como sinónimo de participación porque proponen cambios y transformaciones, abriendo el juego a las expresiones de una pluralidad de voces afines y discordantes; pretenden así, generar participación popular para dar respuestas a los problemas de una comunidad, grupo o sector de la sociedad; no se contentan con una sola mirada, y rescatan la visión de lxs actorxs menos presentes en los medios de comunicación masivos.

En consecuencia, desde esta perspectiva es que consideramos la factibilidad y viabilidad de generar la campaña radiofónica producida por nosotras y las protagonistas para ser difundida en las siguientes radios comunitarias -de frecuencia FM- de la provincia de Córdoba que pertenecen a la Red FARCO. A saber, Radio Tortuga (Alta Gracia), El Brote (Villa Ciudad Parque), VillaNos (Carlos Paz), La Ranchada (Capital), La Ronda (Colonia Caroya), Ferroviaria (Cruz del Eje).



APROXIMACIONES TEÓRICAS



1. Comunicación Participativa y Derechos

“Una comunicación en la que quepamos todos, al igual que la de una sociedad en la que quepamos todos y todas, significa en primera instancia un modo de producción cultural y político en el que, los que hemos sido silenciados por las prácticas de dominación, tengamos palabra, capacidad y responsabilidad social en la toma de decisiones”.

Yanet Martínez Toledo.

1.1 Fomentar la participación, es democratizar la comunicación

Para comprender de manera integral, el sentido teórico-práctico desde donde elaboramos este trabajo final, resulta necesario para quien lo lee, evidenciar que la perspectiva de Comunicación Participativa es transversal a toda nuestra producción, ya que la consideramos un mecanismo de participación fundamental para las comunidades, que apropiándose de los medios, puedan conquistar el derecho a la palabra.

Kaplún caracteriza a la Comunicación Cerrada o Dominadora, proponiendo el concepto de puro emisor como “aquel que lanza un mensaje sin tener en cuenta al Destinatario. Hay muchas personas (e instituciones) que reducen la comunicación al acto de emitir sus propios mensajes. No van en busca del otro, del destinatario, sino que éste tiene que venir a ellos”. (Kaplún M. 2002. p.86). Por lo tanto, el discurso construido por éste, se basa en expresar su verdad, sus ideas o intenciones sin tener en cuenta los efectos que generará su discurso. Su interés no está en buscar respuestas, participación ni diálogo, y por ende, tampoco pretende establecer ningún tipo de retroalimentación con su interlocutor.

En contraposición con la anterior, Kaplún conceptualiza a la Comunicación Abierta o Democrática desde el concepto de emisor-comunicador, quien “se preocupa por el contenido; define lo que se propone decir. Pero tanto como en el contenido del mensaje, pone el énfasis en el Destinatario. No sólo piensa en lo Que quiere decir, sino también en aquél a Quien se lo va a decir, Y ese a Quien es para él determinante...”. (Kaplún, M, 2002, p.88). Su razón de ser reside en integrar a ese “otro” en el discurso, desde la escucha auténtica, tratando de ponerse en su óptica para lograr que se reconozca en el mensaje y se identifique con él. Aquí se evidencia un proceso comunicativo horizontal y necesario que habilita la interacción y la participación constituyendo vínculos recíprocos entre las personas involucradas.

Si bien estas definiciones pueden resultar un tanto extremas, no faltan ejemplos en nuestra sociedad mediatizada, de las consecuencias o efectos de llevar a cabo una u otra forma de comunicar. Creemos que quienes implementan un modelo de comunicación cerrada, intentan monopolizar su discurso para el logro de fines personales en detrimento de los intereses colectivos. Pero, preferimos adoptar la comunicación abierta porque fomenta el diálogo, la discusión, promueve la empatía, la reflexión y el compromiso. Ya que para democratizar la circulación de la palabra, es pertinente aplicar estrategias participativas, donde sea la comunidad la que hable y el comunicador el que escuche.

En este sentido, pudimos realizar este trabajo desde los aportes teóricos y metodológicos, de determinados autores como Gumucio, Del Valle y María Cristina Mata (entre otros/as), que nos permitieron entender de qué manera elaborar la estrategia de comunicación en conjunto con las trabajadoras sexuales de AMMAR Córdoba. Dicha estrategia estuvo guiada por los principios que la comunicación participativa propone para llevar adelante un proceso comunicativo que tenga relevancia e impacto social, tanto para la comunidad que participó del mismo, como para la sociedad a quien está dirigido.

Según Alfonso Gumucio, la comunicación participativa no puede definirse de manera sencilla o simplificada, al no considerarse un modelo unificado de comunicación. El entusiasmo por las etiquetas y por las definiciones sintéticas sólo podría contribuir a congelar un movimiento de la comunicación que todavía está tomando forma y que es más valioso precisamente por su diversidad y su desenvolvura. La palabra “participación” es caleidoscópica; cambia de color y de forma según la voluntad de las manos que la sostienen.” (Gumucio-Dagron, 2001, p.10).

Entonces, si no hay una única manera de definir la “participación”, nosotras la queremos definir no sólo a través de la implementación de diferentes dinámicas y técnicas metodológicas -propias del proceso de investigación temática- sino fundamentalmente a partir de la praxis que se generó en la experiencia de compartir y recorrer un camino sumamente dinámico, cambiante y complejo con lxs integrantes de AMMAR. Fue solo a través de la práctica, que pudimos entender sus deseos, necesidades y problemáticas, y donde ellxs a la vez pudieron apropiarse efectivamente de las herramientas de comunicación que generamos juntas.

Gumucio plantea que, cuando intentamos definir el perfil de la comunicación participativa, debemos tener en cuenta las consecuencias políticas que la participación tiene en los procesos de desarrollo (Gumucio-Dagron, A, 2001, p.39). Consecuencias que trastocan dos cuestiones muy importantes. Por un lado, la cuestión de la identidad, porque la participación democrática refuerza el tejido social, infunde autoestima y estimula el fortalecimiento de la cultura que las propias organizaciones, comunidades y movimientos sociales sostienen

desde sus militancias cotidianas para resistir y reorientar los sentidos que los poderes - mediáticos y represivos en este caso- les han atribuido históricamente.

Esto nos lleva a poner en cuestión el Poder como territorio de disputa. En términos de María Cristina Mata (1988) podemos comprender que “mientras unos sectores pueden desplegar sus discursos ante el conjunto de la sociedad en distintos espacios y oportunidades, hecho que los cohesiona, los legitima y consecuentemente contribuye a conferirles poder; otros sectores carecen de esa posibilidad. Y lo que es más grave aún, impedidos históricamente de participar en la producción del discurso público, no llegan siquiera a reivindicar su legítimo derecho a hacerlo” (M. Cristina Mata, 1988). En este sentido, se hace necesario democratizar la comunicación, para que aquellos sectores que siempre han sido marginados y excluidos del discurso y la opinión pública, puedan hablar por sí mismos y accionar sobre una realidad concreta que es desigual en el acceso a la información y en la participación del proceso de producción de discursos.

Ahora bien, resulta pertinente detenernos en cómo es posible democratizar efectivamente la comunicación, cuando hay sectores que hacen caso omiso de la existencia del derecho humano a la comunicación. Derecho del que somos titulares todos y todas, y por lo tanto debe existir un régimen de derecho, donde el Estado lo garantice, proteja y cumplimente.

Tal como lo plantean las comunicadoras Sarah Babiker y Sandra Chaher (2016) cuando piensan en la importancia de que se incorpore la perspectiva de derechos a la comunicación social, lo hacen desde una reflexión muy acertada: “hoy en día los derechos humanos forman parte del imaginario de las personas: ocupan un lugar central en el discurso político, las estrategias de las organizaciones y el sentido común de los pueblos” (Sarah Babiker y Sandra Chaher, 2016, p.8). Un imaginario que ha costado décadas reconstruir después de haber vivido épocas muy oscuras en nuestro país. En particular la última dictadura cívico-militar, que convirtió a la censura en una política de estado, vulnerando sistemáticamente el derecho a la comunicación; prohibiendo la libre expresión y la publicación de ideas en la prensa, obligando a gran parte de la ciudadanía, a vivir en la clandestinidad, el ocultamiento y el silencio.

Este proceso estuvo amparado por la Ley de Radiodifusión N° 22.285 promulgada en 1980 bajo el Gobierno de Facto de Jorge Rafael Videla. Esta ley, es caracterizada por el jurista Loreti en principio como “centralista en exceso, autoritaria y discriminatoria” (Loreti, en Ramos, P, 2016, P.70) Centralista, porque su aplicación se ciñe al poder ejecutivo y sus organismos dependientes -como el COMFER-; Autoritaria en tanto su articulado limita el funcionamiento de los medios y la información transmitida a las necesidades de la seguridad nacional. Y Discriminatoria porque excluye de la facultad de ser permisionario a toda entidad legal que no sea una sociedad comercial legalmente constituida, como las cooperativas, las

sociedades civiles que se agrupan mayormente en radios comunitarias, universitarias, barriales, etc.

Afortunadamente, la legislación cambió. En el año 2004 un conjunto de organizaciones sociales, políticas y culturales nucleadas alrededor de FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias), redactaron -en conjunto con la sociedad civil- un documento que pretendió ser la base de una discusión seria y definitiva de un nuevo proyecto de Ley que regulase los servicios de comunicación audiovisual. Es así que se redactaron los “21 puntos por el derecho a la comunicación”, que contienen al espíritu democrático, multicultural y anti corporativo de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación audiovisual, sancionada por unanimidad y promulgada en el año 2009 por el Congreso de la Nación.

Sin embargo es necesario mencionar que tras la asunción en el año 2015 del actual presidente Mauricio Macri, la LSCA está sometida a un proceso político de desmantelamiento a través de los siguientes Decretos de Necesidad y Urgencia (DNU): En diciembre de 2015, el DNU N°13/2015 reformó la Ley de Ministerios N° 22.520 y creó el Ministerio de Comunicaciones, que integra en su órbita al AFSCA; sumado al DNU N° 236/2015 que ordenó la intervención del AFSCA y la remoción de su directorio. En enero de 2016, se publicó el DNU N° 267/2016 que pretende modificar radicalmente la LSCA, disponiendo la disolución de los órganos, (destinados a funcionar de manera colegiada y democrática) creados por dicha norma. Y efectuó la creación de una nueva Autoridad de aplicación en lo referido a las comunicaciones audiovisuales (ENACOM), dependiente de la Presidencia de la Nación, conllevando a la desarticulación de los mecanismos de prevención de concentración monopólica u oligopólica indebida, entre otras. Como consecuencia directa de estos mecanismos intervencionistas de la LSCA, nos volvemos a encontrar ante el avasallamiento de los derechos que tanto costó conseguir.

Chaher y Babiker (2016) se preguntan cómo los derechos humanos pueden llegar a ser un instrumento de emancipación pese a tener su origen en una cultura hegemónica que, siendo particular en cada contexto, se presenta como universal, influenciado por el fenómeno de la globalización. Respecto a ese carácter universal, De Sousa Santos afirma: “sabemos que los Derechos Humanos no son universales en su aplicación” (De Sousa Santos en Chaher y Babiker, 2016, p.13). Por lo tanto, insistimos en que resulta imprescindible para los sectores excluidos y marginados encontrar las vías adecuadas que les permitan avanzar en materia de derechos vulnerados y contrarrestar la supremacía de los sectores dominantes -entre ellos los medios masivos de comunicación- que tienen en su poder, diferentes mecanismos de control social.

1.2 Dónde inscribir aquellas voces disonantes y críticas

Si la comunicación participativa parte de una relación dialógica entre los sujetos que la llevan adelante y les otorga capacidad crítica y reflexiva sobre su propia realidad, es decir acerca de los mensajes que se construyen, podemos ahora plantear, el efecto transformador de la misma en los espacios donde se materializa.

Hablamos entonces de la radio comunitaria, por ser el medio más atractivo y accesible para la comunicación y el desarrollo participativo. "...el objetivo principal es modificar una situación, una relación de fuerzas y contribuir a los cambios. (...) tienen su razón de ser en el campo de las conquistas sociales; surgen como fruto de un sistema socioeconómico injusto, como fruto de la dominación de unos sectores sobre otros, no tanto para reivindicar el derecho a comunicar, sino porque la comunicación resulta esencial para la acción." (Ramos, P, 2016, p.15).

Las comunidades devienen actores sociales que a través de sus experiencias e historias particulares hacen uso de su propia voz en la escena pública, desafiando el monopolio de los discursos dominantes. A su vez, las radios comunitarias no son solo emisoras, son proyectos políticos, culturales y comunicacionales: sin fines de lucro, vinculadas a un territorio específico habitado por una diversidad de comunidades, cuestionadoras del status-quo, de orígenes críticos y libertarios. Buscan transformaciones profundas, visibilizan, debaten y se contraponen generalmente a las orientaciones hegemónicas de las agendas mediáticas masivas. Donde las lógicas de acción colectiva están por encima de los intereses individuales, las decisiones se toman de manera horizontal, se comparten experiencias, concepciones de mundo y prácticas de los sectores y organizaciones populares.

Todos los aspectos arriba descritos, aluden a entender la comunicación en sus dimensiones cultural y política. Entendida como una herramienta de transformación y derecho para las mayorías populares encaminada hacia la producción de cambios sociales. Inscrubimos aquellas dimensiones dentro de un paradigma alternativo y popular; que la autora Yanet Toledo, define como "un proceso cultural y político en el que necesariamente se trata de un enfrentamiento entre una cultura que tradicionalmente ha intentado dominar y doblegar a clases sociales, mujeres, jóvenes, ancianos, niños, etnias y grupos raciales y que podemos reconocer en prácticas como el racismo, el machismo, el adultocentrismo, el patriarcalismo y la división social por clase." (Toledo, Y, 2007, p.39).

1.3 La realidad depende del cristal con que se mire: medios masivos y violencia simbólica.

“En las sociedades contemporáneas, donde la comunicación masiva cumple un rol central, los medios y las/los periodistas son portavoces de un mensaje que llega a miles o millones de personas en un instante, y también, adquieren un rol de autoridad sobre ciertas temáticas o de únicas/os informantes sobre otras (...)” RedTraSex

En comparación con el paradigma alternativo de la comunicación, la comunicación masiva aparece como un modelo de comunicación, unidireccional y jerarquizado “que parte del principio de especialización donde se discrimina al que sabe del que no sabe” (Toledo, Y, 2007, p.41); en el que, además, prevalece la competencia, la fluidez y rapidez de la imagen y el tratamiento superficial de las noticias. Es una comunicación que sigue las reglas del mercado sin cuestionarlas, porque su interés principal es el comercial, para captar la mayor cantidad de audiencia posible y poder convencerla de una determinada ideología, proponerle un modo de consumo o un comportamiento “esperable”.

En efecto, acordamos con la definición de Habermas sobre los medios masivos de comunicación cuando explica que “los medios operan como constructores primordiales de la agenda pública y son fuentes claves de información. Ellos concentran progresivamente en sus manos las vías efectivas de comunicación, constituyéndose como una de las nuevas clases de poder, muchas veces en detrimento de la calidad de la información con que cuentan los ciudadanos y de la expresión de una sociedad civil plural y diversa” (Habermas en Córdoba, L, 2014 p.60).

Del mismo modo, los medios funcionan como grandes empresas multi-mediáticas que buscan la monopolización de la información gracias a las ventajas que otorga la concentración económica, para lograr competir en todos los terrenos y maximizar los beneficios de su producción simbólica y cultural. Al funcionar como empresa, prevalece la difusión de mensajes dominantes que son producidos en otros medios.

En otras palabras, al responder a un modo más reproductor que productor de contenidos propios; se genera un efecto de “homogeneización” (entre los medios de un mismo grupo y de medios entre sí) de tal modo que al encender una radio, prender la televisión o leer un diario, los titulares, los temas y las formas de redacción son un “copy & paste” de mensajes, porque todos son producidos por un mismo multimedia. Las audiencias de este modo, no tienen acceso a una variedad de fuentes, a una multiplicidad de voces, desde donde puedan contrastar los discursos que consumen. Se genera en este sentido un efecto de desinformación, o dicho de otro modo, de información parcializada.

En esta lógica de funcionamiento, los medios masivos no reflejan la realidad sino que la re-presentan, la construyen de manera parcial y seleccionan las fuentes de la información.

Esto quiere decir que la construcción que hagan dependerá no sólo del hecho sino del enfoque que el medio masivo decida darle. A través de sus modos de producción y de contacto con “la realidad”, seleccionan los temas o tópicos “de público interés” y los que no son dignos de trascender.

En sociedades mediatizadas, los medios masivos ocupan “el lugar por excelencia de producción social del sentido, modificando la ontología tradicional de los hechos sociales” (Sodré. 1998. p. 30). En cuanto a la representación de esos hechos, se produce un recorte/montaje de lo que acontece de acuerdo a ciertos esquemas de interpretación que generan un régimen de visibilidad y no-visibilidad. Entonces como expone Becerra, “la representación de algunas porciones de la realidad merece estudiarse en relación con aquellas que no son representadas por los medios. Lo que aparece en ellos y lo que es omitido, construye a su vez un marco de agenda que instala unos temas y valores determinados, en detrimento de otros.” (Becerra, M, 2012).

En este sentido, las representaciones simbólicas que circulan en los medios masivos de comunicación, muchas veces son tendientes a generar discursos ofensivos, discriminatorios y lesivos que vulneran los derechos de terceros. Sin embargo, en nuestro país existen numerosas redes de profesionales, investigadoras, docentes y activistas que trabajan “para desmontar la estructura constante de violencia simbólica patriarcal” (Chaher, S, 2014, p.20); para defender el derecho a la comunicación de las mujeres y de personas con identidades de género diversas.

De ello es necesario decir, que a pesar de que existen en nuestro país, una cantidad de normativas que intentan regular y sancionar el tratamiento irresponsable de ciertos hechos noticiosos, la violencia simbólica hacia las mujeres e identidades feminizadas es una modalidad sutil de ejercicio de la violencia machista, ya que utiliza los soportes mediáticos y los códigos periodísticos para reproducir la discriminación.

“Mediante la violencia simbólica los sectores dominantes mantienen su posición de poder sin recurrir a la violencia física, mediante la construcción e imposición de ciertos estereotipos, creencias, valoraciones, conductas y representaciones, luego asimilados por toda la sociedad y convertidos en su imaginario. De este modo, la dominación de un grupo sobre otro, se camufla se hace aceptable, se legitima y se naturaliza” (Chaer, S y Pedraza, V, 2016, p.16-29).

Desde el año 2009 a esta parte, Argentina cuenta con la ley 26.485 que define la Violencia mediática contra las mujeres como:

“Toda aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o

indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres”

Estas prácticas, que forman parte de la violencia simbólica, se traducen en patrones estereotipados, mensajes, valores, íconos o signos que transmiten y reproducen dominación y desigualdad en las relaciones sociales, naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad. Cuando esto sucede en los medios de comunicación, entonces nos referimos a situaciones de violencia mediática, donde se difama, discrimina, humilla o atenta contra la dignidad de las mujeres.

En el siguiente apartado abordaremos el Trabajo Sexual para explicitar la relación con los sentidos que construyen y hacen circular los medios masivos sobre el tema a pesar que es una actividad que no está prohibida por la ley. Quienes ejercen el trabajo sexual son estigmatizadas por distintos actores disonantes y heterogéneos que forman parte de los medios masivos de comunicación, ya sea omitiendo, distorsionando o sustituyendo las voces protagonistas. De hecho, cuando el trabajo sexual es “noticia”, aparece muchas veces, relacionado a una situación escandalosa o a un acto de violencia, colocando a la persona trabajadora como víctima y no como ser autónomo capaz de decidir. Así, el periodismo utiliza el sensacionalismo y el amarillismo como parte de su lógica discursiva.

En relación a esto, “es necesario tensionar los discursos que limitan la legitimidad del TS, que lo reducen a pura explotación, trata o sumisión. Sin desconocer el entramado complejo de poderes y resistencias que atraviesan el intercambio de sexo por dinero (como atraviesan a la sexualidad en general). Es importante defender el espacio político, cultural y legal en el cual el TS es/puede ser una elección autónoma” (Aravena., et al, 2015, p.21).

2. Género y trabajo sexual

“Si los derechos humanos van a ser genuinamente universales, si nuestras sociedades van a estar de verdad comprometidas con su respeto, las mujeres tenemos que participar en paridad y en primera persona”. Diana Maffia

2.1 Lo personal es político

Para continuar con el debate que supone el reconocimiento de los derechos laborales de lxs trabajadorxs sexuales, es necesario revelar que las mujeres en todo el mundo están particularmente expuestas a situaciones de discriminación y violencia. Por lo cual, en este apartado profundizaremos sobre las condiciones de desigualdad que el patriarcado genera en la reproducción del status quo.

Si bien el patriarcado existe desde siempre, es con la aparición del capitalismo donde se refuerza y profundiza la lógica social predominante, que establece que las diferencias biológicas entre mujeres y hombres generan una división sexual del trabajo. Dentro de la misma, al hombre le tocaba el trabajo remunerado en el espacio público y a la mujer se la confinaba al trabajo reproductivo, al cuidado del espacio doméstico y privado, y al cuidado de las personas. De hecho, “se consideraba que las mujeres no tenían ni la formación, ni las capacidades para poder asumir las decisiones serias que se tomaban en los espacios decisivos de las naciones, predominando una idea de relación entre hombre/mujer en que el primero era considerado superior” (Fundación SURT, s.f. p. 11).

Pese a que aún persiste la exclusión y la desigualdad en el sistema capitalista y patriarcal, debemos resaltar que las mujeres han entrado paulatinamente al mundo del trabajo remunerado pero sufriendo la discriminación salarial, las escasas oportunidades de acceso a buenos trabajos, y teniendo que cumplir tareas “típicamente femeninas”. Además, han accedido parcialmente a la formación académica y política como así también al control de sus cuerpos y sus sexualidades en pos de continuar conquistando sus derechos a la participación como ciudadanas. Como bien lo resume Elizabeth Jelin, “la segregación y la discriminación son la regla. El acceso al mundo del trabajo (y en menor medida a otras formas de participación en los espacios públicos) promueve entonces una forma específica de lucha: la lucha contra la discriminación, la lucha por la igualdad en relación a los hombres”. (Jelin, E, 1996, p.3).

Sin embargo es necesario definir lo que es el patriarcado, que sigue generando desigualdades y discriminación. Según Alda Facio el patriarcado se trata de “un sistema que justifica la dominación sobre la base de una supuesta inferioridad biológica de las mujeres. Tiene su origen histórico en la familia, cuya jefatura ejerce el padre y se proyecta a todo el orden social”. Pero la dominación no es únicamente a través de la institución familiar sino

que además conforma un tipo de ideología desde la cual se mantienen e intensifican otras (todas) formas de dominación, las cuales se traslucen en las instituciones de la sociedad política y civil, articuladas para mantener y reforzar el consenso expresado en un orden social económico, cultural, religioso y político que determina que las mujeres como categoría social siempre estarán subordinadas a los hombres. (AAVV, 2019: p.23)

La concepción determinista sobre la categoría social fija y estática de “mujer frágil inferior, sumisa y pasiva” frente a la categoría de “hombre superior, activo y dominante” se pone en cuestión, se revisa y se critica desde el movimiento feminista; un movimiento social y político que, en palabras de Facio, “parte de la toma de conciencia de las mujeres como colectivo humano subordinado, discriminado y oprimido por el colectivo de hombres en el patriarcado, para luchar por la liberación de nuestro sexo y nuestro género”. (AAVV, 2019: p.5)

Esa toma de conciencia le permitió al movimiento feminista organizarse colectivamente en pos de conquistar sus derechos relegados. Fue a través de acciones y estrategias políticas que en un comienzo les permitió a las mujeres alzar la voz para salir de la esfera privada, que las desplazaba de la esfera pública, de acceso al conocimiento, la cultura, la política, la toma de decisiones, exclusiva del género masculino. Fruto de las primeras luchas feministas, el creciente acceso de las mujeres al espacio público no se correspondió con un mayor acceso de los hombres al espacio privado. De esta manera, la doble presencia de las mujeres en los espacios laboral y doméstico, les crea una pobreza de tiempo que se traduce en la imposibilidad de progresar laboralmente, continuar cobrando menos por igual trabajo y encargarse de la crianza de hijos e hijas en caso de tenerlos.

Decimos movimiento feminista por ser heterogéneo, dinámico y diverso, en el que conviven distintas posturas y modelos de pensamiento político, cultural y social que fundamentalmente busca reivindicar los derechos de las mujeres aspirando a repensar y cuestionar los valores, las funciones y los roles que tradicionalmente han sido asignados desde el binomio sexo-género; a través de procesos de socialización, mantenidos y reforzados por la ideología e instituciones patriarcales. Sin embargo, el concepto de género según Facio “no es abstracto ni universal, en tanto se concreta en cada sociedad de acuerdo a contextos espaciales y temporales, a la vez que se redefine constantemente a la luz de otras realidades como la de clase, etnia, edad, nacionalidad, habilidad, etc. De allí que las formas en que se nos revelan los géneros en cada sociedad o grupo humano varía atendiendo a los factores de la realidad que concursan con éste”. (AAVV, 2019: p.13)

De esta manera, el género es un concepto que se adapta y se redefine constantemente, de forma tal que no puede separarse del concepto de patriarcado. Ambos, se enriquecen de manera dinámica en el marco de los estudios de género desarrollados por los diversos feminismos que conviven en nuestra sociedad y que, buscan desarrollar opciones políticas que transformen desde la base y hacia el conjunto de la sociedad, las relaciones que se

establecen entre los sexos, proponiendo siempre un estadio superador de todas las condiciones de opresión.

Siguiendo a Facio “desde el punto de vista histórico, las diferencias entre los sexos y la desigualdad legal están estrechamente ligadas”; ya que el ejercicio del poder público por parte de los hombres es un privilegio adquirido desde que la democracia se consolidó como sistema de gobierno hasta nuestros días. Por ello el derecho atiende exclusivamente y se limita a considerar más legítimas las necesidades de los hombres como “totalidad” de la humanidad, en detrimento y perjuicio de las necesidades y deseos de las mujeres. Como el derecho es masculinista, funciona como un “instrumento de articulación del sistema patriarcal. A través de éste se regulan las conductas de hombres y mujeres hacia un determinado modelo de convivencia - el patriarcal - y se modelan las identidades de género de forma tal, que respondan a las funciones ideológicamente asignadas a hombres y mujeres”. (AAVV, 2019: p.33).

Pero el derecho no existe por sí solo, sino que se entrama con otros sistemas normativos (social y moral) que al igual que éste, contribuyen al disciplinamiento de género. Este disciplinamiento parte tanto de los hombres como de las instituciones (Estado e Iglesia) y en el ejercicio del derecho como legitimador de todas las violencias a las que se somete a las mujeres. Una de ellas, como mencionamos en los primeros párrafos, es el control de la sexualidad y la capacidad reproductiva de los cuerpos femeninos. Otra, es la obligatoriedad de corresponder sus prácticas y elecciones sexuales a la heteronorma, lo cual significa actuar acorde a los roles y comportamientos asociados a una u otra categoría, varón o mujer como la única manera de ser en el mundo; el control está puesto en seguir estas normas sin cuestionarlas, para no “desviarse” de las conductas esperadas, aceptando los mandatos que la heterosexualidad supone como “naturales” en cuanto a la reproducción de la familia y el sostenimiento de la institución matrimonial. El derecho es eficaz en un sentido patriarcal, cuando avala el uso de la violencia física y los abusos sexuales de los hombres sobre los cuerpos de las mujeres porque justamente son consideradas como lo otro, lo abyecto, lo no-humano, como un objeto de menor valor que es necesario disciplinar, controlar y exigir obediencia. De manera análoga y en palabras de Facio, “lo que ha resultado en la invisibilización de las violaciones cotidianas a sus derechos humanos”. (AAVV, 2019: p.17).

En este sentido, Elizabeth Jelin (1996) afirma que “hablar de los derechos humanos de las mujeres, (...) implica un reconocimiento de una historia de discriminación y opresión y un compromiso activo con la reversión de esta situación. (...) Desde una perspectiva política, implica que los poderosos deberán aceptar el proceso de empoderamiento de los marginados. Implica también reconocer que la tensión entre los derechos individuales y los derechos colectivos es permanente e inevitable”. (Jelin, E, 1996 p.6)

Estas formas de violencia siguen afectando de manera diferenciada a distintos grupos o sectores de mujeres por atravesar una determinada realidad social -de clase, etnia, identidad de género diversa, nacionalidad, edad-, lo que da a entender, que ciertas mujeres pueden gozar y acceder a la educación, la salud, la información, la política, la cultura y al espacio público en comparación con otras, pero en última instancia, la totalidad del colectivo de mujeres se encuentra regulado y normado por las lógicas patriarcales.

2.2 Por el derecho a tener derechos

En este apartado abordamos el debate en torno al trabajo sexual. Una temática compleja en tanto que se vincula a múltiples dimensiones: capitalismo, patriarcado, clase, género, sexualidad, moral, política y derecho. Nuestro interés radica en indagar sobre esta problemática en el marco de los estudios de género para dar cuenta de la relación que mantienen las dimensiones jurídica, social y laboral de la temática.

Las trabajadoras sexuales, dentro de las lógicas que venimos describiendo, pertenecen a un sector que es doblemente discriminado: por el hecho de ser mujeres y por ejercer la prostitución. En este sentido, la prostitución es el ejemplo máximo de todo lo que no se debe ser y hacer para la moral sexual; un tipo de moral que establece en términos de oposición qué conductas son correctas o incorrectas, diferenciando lo que está bien o mal, lo que es normal y anormal, lo que es natural o patológico y que opera en los individuos que forman parte de la sociedad, reproduciendo prejuicios y reforzando estereotipos sobre cómo las personas “deberían” ejercer su sexualidad.

A causa de la división sexual del trabajo y de los roles establecidos para las mujeres, podemos explicar la comparación que Virgine Despentes (2018) establece entre las “tareas femeninas” y la prostitución, en efecto: “como el trabajo doméstico, la educación de los hijos, el servicio sexual femenino debe ser gratuito. El dinero, es la independencia. Lo que ataca la moral en la práctica del sexo pagado no es el hecho de que la mujer no encuentre placer, sino que se aleje del hogar y que gane su propia independencia. La puta, es la *criatura del asfalto*, la que se apropia de la ciudad. Trabaja fuera de lo doméstico y de la maternidad, fuera de la célula familiar.” (Despentes V, 2018, p.92)

Esto se traduce en la desvalorización por apartarse de aquello que es considerado normal, se expresa a través del control que ejerce la sociedad sobre los cuerpos diversos y disidentes, intentando corregir patrones que no se amolden al sistema patriarcal. La sociedad castiga a lxs trabajadorxs sexuales por no seguir las pautas establecidas. Es válido analizar que en una sociedad que sigue considerando que el sexo no puede darse por fuera de los parámetros del amor romántico, por fuera del matrimonio o como un intercambio económico, difícilmente se pueda dar un debate próspero sobre una realidad existente, como lo es el ejercicio de la prostitución entendida como un trabajo. Trabajo al cual, las personas pueden acceder de manera autónoma y se puede convertir en una elección de vida, en una actividad esporádica o un juego sexo-erótico.

El colectivo de trabajadorxs sexuales, identifica que uno de los problemas por los cuales no es considerado un trabajo en la actualidad, es que se siga creyendo que es una actividad ilegal, que está prohibida. Lo cierto es que en Argentina, “la prostitución es una actividad legal, pero es perseguida, es decir son perseguidxs quienes la ejercen, lo que opera como

una ilegalización de hecho de la actividad y conlleva la marginación de quienes la practican.” (Aravena, et al., 2015. p.13).

Siguiendo a Marisa Fassi (2015), creemos pertinente demostrar que, aunque el derecho tiene su origen en principios garantistas, éste no siempre es necesario por resultar una herramienta de opresión como de emancipación. Por ende, “puede causar violencia, abusos y vulnerabilidad. Lo que es legal no siempre es correcto ni justo. Sin embargo, la ausencia de regulación estatal deriva en clandestinidad; y dentro del marco de clandestinidad otras reglas y actores controlan la situación” (Fassi, M, 2015: p.219).

En este sentido nos interesa referirnos a la lucha que vienen llevando a cabo lxs trabajadorxs de AMMAR-CBA por el reconocimiento de sus derechos en un contexto signado de injusticias como la discriminación, la criminalización, la estigmatización, violencia y el abuso policial, perpetradas por diferentes actores sociales como el Estado, la Iglesia y el feminismo abolicionista. Profundizaremos sobre el funcionamiento de estos mecanismos de control más adelante.

Lxs trabajadorxs sexuales vienen interviniendo en el espacio público para mejorar su calidad de vida, es decir, dando batalla para visibilizarse como trabajadorxs, ser reconocidas por el Estado como tales, para poder así participar activamente de la elaboración de las políticas públicas que por un lado, se orienten hacia una correcta diferenciación entre lo que es el trabajo sexual autónomo y la trata de personas con fines de explotación sexual y, por otro lado, que las posicione en un lugar protagónico, es decir como sujetas de derecho con capacidad de decisión, como cualquier otra ciudadana que es parte de una comunidad política, social y económica.

Para continuar con el debate, es preciso mencionar los posicionamientos opuestos que se dan acerca del entendimiento que supone la comercialización del servicio sexual. Hay quienes afirman que las prostitutas son sujetos políticos, con voluntad y capacidad para decidir sobre su propio destino, aludiendo al “trabajo sexual” como un trabajo legítimo. Y hay quienes dicen lo contrario, que son “personas en situación de prostitución”, a decir de Valeria Flores “que se las desplaza del ámbito de los derechos para reducirlas a la condición de víctimas, sujetos pasivos incapaces de expresar sus necesidades.” (Flores, V. 2015. p.144).

En las sesiones de trabajo con el colectivo AMMAR-CBA se explicitó la posición sobre el TS: se trata de una elección libre y autónoma realizada por personas mayores de edad que consiste en brindar un servicio a cambio de una remuneración económica; en palabras de las trabajadoras sexuales, resaltamos que “lo ejercen personas de distintas clases sociales y en diversas condiciones”, afirmando que “cuando se dice trabajo sexual, se está hablando siempre de una elección”. (Taller dos: Tomando la palabra, 4/12/18).

Estos posicionamientos, de alguna manera resultan antagónicos tanto en la sociedad como hacia el interior de los estudios feministas, generando como explica Fassi (2015) “barreras inquebrantables cuando la disputa se entabla en relación al trabajo sexual / prostitución”. (Fassi, M, 2015, p.219). A su vez la autora, retoma a Berstein (1999), y describe a grandes rasgos, cuatro perspectivas que alrededor de este problema existen en los estudios feministas:

- 1) Feminismo radical, para quienes la sexualidad está en el centro de la desigualdad de género y la opresión de las mujeres.
- 2) Feminismo pro-sexo, para quienes las personas trabajadoras sexuales tienen un sentimiento de control sobre el intercambio de servicios sexuales por dinero.
- 3) Feminismo contextual, para quienes el significado del trabajo sexual es empírico y debe ser entendido en su especificidad cultural e histórica.
- 4) Feminismo poscolonial o subalterno, el cual critica duramente el discurso colonial y neocolonial que reproduce el supuesto que las mujeres ‘pobres’ y ‘tercermundistas’ nunca consienten ni pueden consentir el intercambio de sexo por dinero; se les critica que sin consentimiento, estas mujeres quedan reducidas a objetos y, por lo tanto, queda justificada toda política intervencionista sobre sus cuerpos y subjetividades para ‘salvarlas’. (Fassi,M, 2015, p.220).

En términos generales, la perspectiva abolicionista es la que más relevancia ha tomado y ha influido tanto en el pensamiento común alrededor de lo que la prostitución es, como también en las normativas que han regulado y que actualmente regulan el desarrollo de la actividad. Y es que el abolicionismo está basado en fuertes posturas y concepciones morales sobre la sexualidad, que siguen negando la identidad de las personas trabajadoras sexuales, que deben ejercer su labor bajo condiciones de clandestinidad. Y la clandestinidad, como lo plantea Fassi (2012) genera violencia. Primero cuando niega la capacidad de decisión sobre los cuerpos de las personas que ejercen el trabajo sexual, eliminando su subjetividad y por lo tanto impidiéndoles hablar por sí mismas, recayendo una y otra vez en la condición de ‘objeto’ -objeto sin voz, objeto de políticas, objeto de disciplinamiento-. Segundo, refuerza la vulnerabilidad cuando se argumenta que la pobreza es una forma de coacción y por lo tanto las trabajadoras sexuales no tienen ni libertad de elección ni pueden consentir una relación sexual; a lo que se suma la vulnerabilidad en la participación democrática de sus intereses en el debate público.

En definitiva esta perspectiva, reduce a la prostitución a una opción forzada y no voluntaria, privando a las trabajadoras sexuales de la posibilidad de ser reconocidas como actoras sociales legítimas, ignorando e invisibilizando la palabra de las trabajadoras

sexuales cuando hablan por y en nombre de ellas. Estas acciones omisivas sobre las trabajadoras generan consecuencias directas en sus realidades porque les supone anulación y negación como personas autónomas, reforzando la aplicación de prácticas punitivistas; por ejemplo, cuando se persigue y se criminaliza a los clientes “como parte de la lucha por rescatar a estas ‘pobres mujeres perdidas’ genera aún más vulnerabilidad y alimenta redes de trata. El objetivo último de esta pretendida criminalización de los clientes es la eliminación del trabajo sexual como un todo.

El incremento de los discursos abolicionistas y las prácticas que criminalizan el trabajo sexual ha llevado a lxs trabajadorxs de AMMAR-CBA a organizarse y a luchar para que sus demandas laborales sean atendidas por el Estado. Por ello, es necesario presentar a continuación la existencia de cuatro modelos jurídicos tradicionales que varían en su diseño legislativo sobre cómo regular la actividad. Marisa Fassi (2015) los describe de la siguiente manera:

- 1) Reglamentarista: que regula el trabajo sexual a través de un sistema opresivo de control de enfermedades venéreas con controles médicos compulsivos
- 2) Prohibicionista: que criminaliza la actividad y su oferta.
- 3) Abolicionista: que ninguna persona que ejerce la prostitución lo consiente y por lo tanto es víctima, es por esto que bajo este modelo se tiene que abolir la prostitución pero no se puede criminalizar a quien lo realiza; proponen criminalizar todas las actividades relacionadas a la actividad.
- 4) Laboral o legalización: promueve una regulación laboral del trabajo sexual y ha sido impulsado ampliamente por los movimientos de personas trabajadoras sexuales. Podemos ubicar en el modelo laboral, los siguientes propósitos y objetivos que lxs trabajadorxs sexuales de AMMAR-CBA explicitan: 1) Ser reconocidas como mujeres trabajadoras sexuales, contando con leyes y políticas públicas que nos protejan como cualquier otra ciudadana que habita en la Argentina; 2) Como mujeres trabajadoras, queremos tener los mismos derechos, garantías y obligaciones que corresponden a todas y todos las y los trabajadores, como jubilación y obra social; 3) Luchar frente al maltrato, abuso y detenciones arbitrarias por parte de la policía; 4) Participar activamente de la toma de decisiones y la formulación de políticas públicas que generen igualdad de condiciones para las trabajadoras sexuales.

Aquí debemos explicitar, que los modelos operan en términos ideales. En la realidad, algunos aspectos centrales se entrecruzan y se entremezclan. En el caso de Argentina y particularmente en Córdoba, han prevalecido los discursos abolicionistas y por ende las regulaciones prohibicionistas del trabajo sexual. Tanto las normativas (leyes) como los

dispositivos (Códigos contravencionales) configuraron un escenario complejo y contradictorio para el ejercicio del trabajo sexual autónomo en condiciones dignas y seguras.

Desde el año 1936 en el país rige la Ley Nacional N°12.331¹ de Profilaxis de las enfermedades venéreas, desde la cual se habilitó la clausura de *casas de tolerancia*² con la excusa de erradicar focos de infección y contagio de enfermedades de transmisión sexual. En su articulado, solamente se tipifica el delito de regenteo o administración de la prostitución ajena, pero no penaliza el trabajo sexual voluntario. Esta medida de corte “regulacionista” se inspiró en lógicas sanitaristas y de cuidado de la seguridad urbana; pero se sometió a un control médico compulsivo a los cuerpos de lxs trabajadorxs sexuales y a la totalidad del cuerpo social.

Otro modo de reducir los espacios del ejercicio del TS fue la publicación del Decreto presidencial 936/11³ que prohíbe los avisos de oferta sexual en los medios de comunicación, junto con las modificaciones introducidas a la ley Nacional de Trata de personas (N° 26.362/08) que niega el valor al consentimiento expreso de las “víctimas” de la trata, como así también la Ley Provincial (N° 10.060/12) que prescribe la clausura de *whiskerías* y *burdeles*.

Asimismo, para explicar el funcionamiento de las normativas a nivel provincial, tomamos el breve desarrollo que Guadalupe Allione (y otrxs) realizaron: “la acción de la policía en base a códigos contravencionales provinciales sanciona el *sexo comercial*⁴ bajo dos modalidades: la “prostitución escandalosa” y la “prostitución peligrosa” (Morcillo, 2012). En la provincia de Córdoba el código contravencional vigente hasta diciembre de 2015 favorecía el asedio policial de quienes ejercen sexo comercial de calle mediante el artículo 45, el cual preveía una pena de hasta veinte días de arresto –sin mediación de orden judicial- a “quienes ejerciendo la prostitución se ofrecieren o incitaran públicamente molestando a las personas o provocando escándalo”. El mismo artículo establecía que “en todos los casos será obligatorio el examen venéreo y de detección de todas las enfermedades de transmisión sexual y, en su caso, el tratamiento curativo”. Como producto de la lucha de AMMAR Córdoba y de la Red por el Reconocimiento del Trabajo Sexual (RRTS) ese artículo fue derogado en el nuevo Código de Convivencia Ciudadana de la provincia, aunque persisten disposiciones que, potencialmente, pueden justificar el acoso policial sobre el sexo comercial en la vía pública. Son reconocidos a nivel provincial como nacional los reclamos

¹ Véase la Ley Nacional N° 12.331 (1936) de Profilaxis de las Enfermedades Venéreas. Arts. N° 15- N° 17. <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/190000-194999/194957/norma.htm>.

² Casa de tolerancia: cualquier local en que se ejerce activamente la prostitución con carácter habitual y en que es libre el acceso público. Recuperado en: <https://diccionario.leyderecho.org/casa-de-tolerancia/>.

³ <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/180000-184999/184133/norma.htm>

⁴ Hace referencia a los intercambios regulares de dinero por relaciones sexuales, que excluye otras prácticas de comercio sexual como la trata o esclavitud.

de aquellas mujeres organizadas sindicalmente autopercebidas como trabajadoras sexuales en cuanto al acceso a derechos laborales”. (Allione Riba, G, Arzeno Gardella, M.A. y Chiavassa, P 2017.p.10).

Es preciso señalar que en julio de 2016 AMMAR-CBA, perteneciente a la Central de Trabajadores de la Argentina (CTA), firmó un convenio de articulación institucional con la Secretaría de Seguridad y la Secretaría de Derechos Humanos de la Provincia de Córdoba en el cual se logró el reconocimiento de las trabajadoras sexuales como sujetos políticos que buscan el respeto y el reconocimiento de sus derechos.

A modo de resumen, Marisa Fassi (2012) señala que “en Argentina actualmente el comercio sexual no es considerado un crimen”. Bajo las políticas anti-trata es penalizado en caso de que se trate de personas menores de edad, o quienes lo ejerzan bajo engaños, amenazas u obligación y también queda comprendido el proxenetismo -que terceras personas obtengan rédito económico de la explotación sexual de terceros- y quienes faciliten el tráfico de personas con fines sexuales. La actividad deja de ser considerada criminosa, si quien la ejerce es una persona adulta, mayor de 18 años, de forma libre, voluntaria y no coaccionada. Sin embargo “queda sujeta a las reglamentaciones impuestas por los Códigos de Faltas, de Convivencia o de Contravenciones específicos de cada provincia”. (Fassi, 2012, p. 351-352).

Consecuentemente, la postura por el reconocimiento del trabajo sexual como una actividad laboral busca no solo la obtención de los derechos laborales básicos como obra social y jubilación, sino también ponerle fin a la hipocresía y a los discursos moralistas que estigmatizan al trabajo sexual y especialmente a quienes lo ejercen; según lo expresan las trabajadoras al caracterizar la hipocresía y el doble discurso de la sociedad, que tiene “dos caras...que juzga y criminaliza y discrimina, y por otro lado una sociedad que consume el servicio de trabajadoras sexuales...entonces... es fundamentalmente una lucha por la dignidad, una lucha por el reconocimiento”. (Avalle, G, 2015, p.69).

Como se viene argumentando a lo largo de este apartado, históricamente la visión androcéntrica ha fragmentado a mujeres y hombres y fortalecido la existencia de estereotipos estableciendo roles diferenciados que se expresan en los distintos ámbitos de la vida cotidiana. Esta visión, como ideología dominante y sexista estigmatiza a quienes no cumplen con estos mandatos. Después de muchísimos años de silenciamiento, las mujeres e identidades de género diversas han podido expresar estos reclamos y demandas, logrando ser consideradas como sujetas de derecho gracias a la lucha feminista. Sin embargo hoy, en nuestro país y en el mundo, hay sectores que continúan sufriendo la exclusión y la marginalidad. Las trabajadoras sexuales, han podido dar cuenta que ciertas fracciones del feminismo, como el abolicionista, todavía les niegan la palabra, hablan en su nombre, impidiéndoles el pleno acceso a la escena pública. Aquí resaltamos la importancia

que tiene la comunicación social desde una perspectiva de participación y ampliación de derechos, al convertirse en una verdadera herramienta de transformación social cuando visibiliza, problematiza y puede ser apropiada por todos y todas.

3. Perspectiva de género y Trabajo sexual

“El cuarto poder es un arma poderosa al servicio del pueblo. Moldea nuestro saber y ayuda a dar forma a nuestro discernimiento. Por un periodismo interseccional y comprometido, aprendamos a hablar responsablemente del trabajo sexual en los medios”. Amarna Miller

3.1 “Que nadie más hable por nosotras”

La desigualdad entre varones y mujeres atraviesa diversos aspectos de nuestra vida cotidiana y del conocimiento, por lo que partimos -en este capítulo- de la discusión de la necesidad de adoptar una perspectiva de género y aplicarla en todas las áreas posibles, como la salud, la educación, la economía y la política; en nuestro caso, puntualizamos en el área comunicacional.

Para Alda Facio, la perspectiva de género permite visibilizar la realidad que viven las mujeres así como los procesos culturales de socialización que internalizan y refuerzan los mecanismos de subordinación. Esta perspectiva, no solo analiza la relación de subordinación entre mujeres y varones sino también las relaciones entre mujeres, para vislumbrar la manera en que sus prácticas son funcionales al sistema patriarcal. (AAVV, 2019: p.10)

En este sentido, la perspectiva de género implica reconocer las relaciones de poder que se establecen entre los géneros, las cuales son favorables para los varones como grupo social y discriminatorias para las mujeres; dichas relaciones han sido construidas social e históricamente y son constitutivas de las personas; y las mismas atraviesan todo el entramado social y se articulan con otras relaciones sociales, como las de clase, etnia, edad, preferencia sexual y religión. De ahí que, la perspectiva de género no está orientada ni es exclusiva de las mujeres, es en definitiva una forma de concebir al mundo.

Creemos importante destacar que el lenguaje puede ser concebido desde distintas concepciones, aquí nos parece importante destacar que, como plantea Rebeca Moreno, el lenguaje es una construcción social heredada del androcentrismo; y como tal, su uso y apropiación refleja los prejuicios y estereotipos sexistas que aún se encuentran arraigados en nuestras prácticas cotidianas, en nuestra forma de hablar y nombrar; en suma, para Lagarde “la lengua expresa las tradiciones patriarcales de quienes la hablan” (Lagarde en Moreno, R, Manual de Lenguaje no sexista, ACSUR-Las Segovias, s.f. p.2); y si la sociedad continúa siendo discriminatoria hacia la diversidad sexual, que no sorprenda el hecho de que el lenguaje sea un reflejo de la misma.

Afortunadamente, nos encontramos ante la posibilidad de asistir a un cambio trascendental en el paradigma comunicacional gracias a las características fundamentales de la perspectiva de género por ser inclusiva, abierta, plural y participativa, pero sobre todo

profundamente democrática, ya que supone dejar atrás vínculos jerarquizados y discriminatorios. Adoptar la perspectiva de género permite fomentar discursos no estereotipados y desnaturalizar las representaciones simbólicas que se construyen desde los medios masivos de comunicación sobre las mujeres, la diversidad sexual y las identidades de género.

Pero los cambios no son de un día para otro. Son procesos paulatinos que requieren debates y reflexiones para adoptar prácticas periodísticas responsables y comprometidas. Tanto la perspectiva de género como el lenguaje inclusivo y no sexista aplicada a los medios, posibilita hacer un análisis crítico del funcionamiento de la hegemonía mediática; hegemonía que se personifica en sectores conservadores del periodismo, prevaleciendo la misoginia y la relativización de sentires y existencias de aquellas voces disonantes que rara vez ocupan lugares centrales y protagónicos.

De esta manera, la apropiación en nuestra sociedad del lenguaje inclusivo y no sexista, se pone de manifiesto principalmente en las nuevas generaciones, en la comunidad lgbtttiq+ (lesbianas, gays, bisexuales, travestis, transgénero, transexuales, intersex, queers, más) y en amplios sectores del movimiento de mujeres para avanzar y conquistar la equidad de género. Pero fundamentalmente, porque el lenguaje manifiesta de qué manera una persona se posiciona en el mundo, por lo tanto quienes lo adoptan en su cotidianeidad asumen una acción política que conlleva implicancias directas con su entorno. Como lo expresa el filósofo George Steiner⁵ “lo que no se nombra no existe” y lo que se nombra construye realidades, puesto que cualquier acercamiento a la realidad será dado a través del lenguaje.

En definitiva el uso del lenguaje inclusivo y no sexista es una forma de posicionarse y hacerle frente al machismo, es reapropiarse del mismo sin miedo y en libertad. Es pasar del ocultamiento a la visibilidad. En palabras de la escritora chilena Marcela Serrano, “el día en que el hombre se apoderó del lenguaje, se apoderó de la historia y de la vida. Al hacerlo nos silenció. Yo diría que la gran revolución de este siglo es que las mujeres recuperen la voz”. (Serrano, 2012, p. 85).

Luego de haber trazado en líneas generales la importancia de adoptar la perspectiva de género en nuestra sociedad, nos detendremos puntualmente en explicar por qué creemos importante que los medios de comunicación aborden la temática del trabajo sexual desde la misma. En este caso, haremos referencia a dos Guías Informativas que las mismas trabajadoras sexuales (a nivel local y regional) han producido para orientar las prácticas periodísticas hacia un tratamiento responsable.

Estas guías, establecen en primer lugar, cuáles son los estereotipos y mitos que se reproducen sobre las personas que ejercen el trabajo sexual. Por ejemplo, los mitos aluden

⁵ <https://www.fundacioncarolina.es/el-poder-de-las-palabras/>.

a: “son víctimas”; “son foco de delincuencia y foco de infecciones”; “son ninfómanas”; “venden el cuerpo”; “son explotadas, delincuentes, drogadictas”. Por otro lado, el conjunto de estigmas aluden a las connotaciones peyorativas de las palabras: “puta”; “prostituta”; “sexo-servidora”; “rameras”, utilizadas comúnmente como insultos.

Lo que ellas proponen es que se modifique la manera de ser nombradas: “SOMOS TRABAJADORAS SEXUALES”; “EJERCEMOS el trabajo sexual”; “No estamos en ‘situación de prostitución’, ni nos ‘prostituímos’, ni ‘vendemos nuestro cuerpo por dinero”. En este sentido, explican que si bien existen avances en el uso del lenguaje inclusivo y no sexista, no ocurre lo mismo cuando se trata de ellas: “nuestro derecho a auto-determinarnos como trabajadoras sexuales y ser reconocidas con esa definición, no ha generado tantas respuestas positivas de parte de los medios. ¿No es este, acaso, una consecuencia de prácticas machistas y que busca reproducir determinados roles de género? ¿No está esto relacionado con el hecho de ser mujeres que rompemos ciertas barreras de doble moral que esta sociedad reproduce?” (Guía RedTraSex, 2014, p.4).

En segundo lugar, describen detalladamente el abordaje irresponsable, sensacionalista y amarillista que los medios de comunicación hacen sobre la actividad; cuando se habla sobre trabajo sexual, las noticias en la mayoría de los casos se enmarcan dentro de las secciones de ‘policiales’, porque es allí donde la polémica, la espectacularización de la tragedia y la pobreza venden, dan *rating* y captan una mayor cantidad de audiencia. Existe un tratamiento superficial, no se profundiza, no se debate, no se problematiza. Ellas argumentan al respecto que “se aborda nuestra temática con una cuota especial de morbo y de falta de respeto sobre nuestra privacidad y nuestro cuerpo”; “se nos preguntan cosas muy íntimas y se nos fotografía y filma sin nuestro consentimiento”. (Guía RedTraSex, 2014, p.5)

En tercer lugar, las Guías problematizan el hecho de que las trabajadoras sexuales no son consideradas por los medios de comunicación como fuentes confiables de información, como las protagonistas de los hechos, lo que resulta un manejo imprudente de la información que se obtiene. En palabras de las trabajadoras, los contenidos mediáticos terminan siendo “una cantidad de textos repletos de terminología incorrecta y cifras falsas sin una fuente comprobable”. (Miller, A, 2018, p.13)

Los errores frecuentes que cometen los medios, “se transforman en realidades a los ojos de la población”. Entonces, para contrarrestar ese efecto deformador de la realidad, las trabajadoras proponen “promover la información objetiva, sin caer en el sensacionalismo o los datos superfluos”; “evitar contribuir a la confusión entre trata, trabajo sexual y explotación”; y principalmente le cuestionan a los medios de comunicación: “¿cómo es posible que se trate un tema sin contar con las protagonistas?”, cuando en última instancia se trata de sus propias experiencias y realidades. (Miller, A, 2018, ídem)

Con la intención de exponer el horizonte ideal que las trabajadoras sexuales pretenden alcanzar cuando se mediatiza sobre su ejercicio, es que: “invitamos a todas/os a adentrarnos en ciertas prácticas periodísticas en torno a los temas concernientes al trabajo sexual, para poder deconstruirlas y trabajar en formas comunicativas más acordes a la realidad que vivimos las trabajadoras sexuales, desde una mirada inclusiva y que respete los derechos humanos.” (RedTraSex. 2014. p.2). En este proceso de cambio, consideramos que los medios de comunicación tienen el desafío y la responsabilidad de ser agentes de cambio en la construcción de relatos que respeten la diversidad de género, la identidad sexual y los derechos humanos de todas las personas, para caminar hacia la equidad de género.

3.2 Tejiendo redes por el Reconocimiento de los Derechos de las T.S

No solamente en los medios de comunicación se invisibiliza y se habla en nombre de las trabajadoras sexuales, sino que también sucede en distintos escenarios de la sociedad; pero donde cobra relevancia generando diversos sentidos e implicancias políticas es en los ámbitos académicos y en los diferentes estamentos del Estado. Los debates alrededor del trabajo sexual no sólo se hacen en estos contextos y con diversos actores, “sino también con discursos que en algún sentido se vuelven “prácticas”. La palabra alcanza al cuerpo de múltiples maneras: desde que se vuelve condición de posibilidad para actuar (de la policía, los médicos, los jueces, la sociedad en general) hasta las implicancias que tiene en cada unx de nosotrxs, especialmente cuando éstas “tocan” el cuerpo.” (Aravena, et.al, 2015, p.24).

En definitiva, hace décadas que las voces de las trabajadoras sexuales se dirigen a la sociedad para develar su doble moral, hacia el Estado para demandar que se reconozcan sus derechos y hacia la institución policial, en rechazo a la persecución y represión que históricamente han sufrido. Esto quiere decir que “han tenido que enfrentar a instituciones de poder, como la Iglesia y otras afines a su ideología, a sectores reaccionarios de nuestra sociedad y a ciertos feminismos que han contribuido a las modificaciones legales tendientes a la criminalización de las mujeres trabajadoras sexuales.” (Aravena, et.al, 2015, ídem). De manera que, son estos actores quienes hoy obstaculizan el libre ejercicio del trabajo sexual, lo cual disminuye gravemente las posibilidades de legitimar sus reivindicaciones.

No obstante, es necesario nombrar cuáles son los sectores “aliados” a la organización AMMAR-CBA, que acompañan y permiten tejer redes territoriales a nivel local, regional, nacional e internacional. Sobre todo, porque a partir de la generación de estrategias de lucha colectiva buscan terminar con el silenciamiento y la invisibilización que sufren las trabajadoras hace décadas. Así mismo, estas redes posibilitan repensar prácticas establecidas bajo un orden democrático que justifica y avala las injusticias.

Desde los comienzos, tanto el Cispren (Círculo Sindical de Prensa y Comunicación de Córdoba) como la CTA (Central de Trabajadores/as de la Argentina) les han dado un espacio tanto físico como de representación política.

Como la organización nació en el año 2000 para enfrentar la represión policial, fue necesario articular también con diversas organizaciones sociales como el FOCOF (Frente Organizado Contra el Código de Faltas), la Coordinadora de Familiares de Víctimas de Gatillo Fácil y la Represión Policial y la Coordinadora por la Aparición con vida de Yamila Cuello.

Desde que comenzaron a generar espacios de salud amigables, se establecieron fuertes vinculaciones con la ONU (Organización de Naciones Unidas) a través del programa ONU-

SIDA y en Córdoba con la Secretaría de Adicciones de la Provincia de Córdoba, con una serie de profesionales del Laboratorio Central de la Provincia de Córdoba, el Hospital Rawson y el Programa Provincial de VIH/SIDA, se llevan adelante diferentes jornadas de análisis para prevenir y/o tratar ETS.

En los últimos años se ha intensificado la producción de conocimiento gracias a la Red por el Reconocimiento del Trabajo Sexual (RRTS), el programa de investigación en Derechos Sexuales y Reproductivos de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, la Facultad de Filosofía y Humanidades de la UNC (Universidad Nacional de Córdoba) y la Escuela de Trabajo Social. Con articulación de estas facultades se firmó un convenio a través del cual se realizó un relevamiento social que dio cuenta de la realidad que viven lxs trabajadorxs sexuales callejeras. La Red Umbrella Found⁶ ha apoyado lo concerniente a congresos, paneles e instancias formativas tanto internas como externas, así como la RedTraSex (Red de Mujeres Trabajadoras Sexuales de Latinoamérica y el Caribe). Actualmente se encuentran articulando proyectos y procesos con el INAM (Instituto Nacional de Mujeres), la PLAPERTS (Plataforma Latinoamericana de Personas que ejercen el Trabajo Sexual) y el Museo de Antropología de la UNC.

En su trabajo político, las trabajadoras nucleadas en el gremio de AMMAR-CBA, han apostado por ampliar y sostener los vínculos con los sectores pro-sexo / pro-reconocimiento del trabajo sexual (que también existen dentro y fuera del movimiento feminista) porque, como plantea Valeria Flores (2015), significa “construir una posición crítica en el campo de las políticas sexuales (...) implica sostener una preocupación por la autonomía en el campo de los derechos sexuales, el trabajo sexual, la censura y la libertad de expresión, la industria del sexo, el material sexual para adult*s, la elección y la libertad sexual (...) reconocer las actitudes y políticas antisexo, la hipocresía y los pánicos sexuales que tiñen el modo en que la sexualidad es producida en los medios, en las instituciones, en el Estado e incluso dentro de las comunidades lgttbi y feminista”. (Flores, V, 2015, p.147).

A través del uso de diferentes estrategias y herramientas las trabajadoras sexuales junto a estos actores buscan combatir la desigualdad social que se manifiesta en todos los planos de la vida, pero sobre todo cuando se las expulsa del ámbito público por haber resultado desfavorecidas en la distribución de derechos y privilegios que las relaciones de poder hegemónicas permiten en un determinado contexto.

⁶ <https://www.redumbrellafund.org/es/>: Desde su creación en 2012, el Fondo Paraguas Rojo ha apoyado el trabajo de más que 104 grupos liderad*s por trabajador*s sexuales en más que 60 países distintos. Estos grupos fueron seleccionados por el Comité Asesor del Programa (PAC) – que está dirigid* por trabajador*s sexuales.



ASPECTOS METODOLÓGICOS DEL TRABAJO FINAL



2. ASPECTOS METODOLÓGICOS DEL TRABAJO FINAL

El enfoque metodológico para investigar y producir el presente Trabajo Final en Modalidad Producto de Comunicación está basado en los aportes de la investigación acción participativa. Entendemos que no se puede indagar o generar una propuesta de trabajo sin las personas que están involucradas en el tema/problema, sin conocer la percepción de la realidad que tienen, cómo interpretan las posibilidades de transformación y cuánto están dispuestas a encarar el proceso de cambio y hacia dónde encaminar ese cambio.

Para Tommasino, participar consiste en involucrarse, tomar parte o influenciar los procesos, decisiones y actividades en un campo de acción particular. Donde “los sujetos se encuentran implicados en las problemáticas que enuncian en conjunto e interactúan socialmente en un mismo movimiento desde el cual construyen el conocimiento y lo aplican”. (H. Tommasino, 2019).

En este sentido, adoptamos el enfoque participativo para generar un producto comunicativo en formato de Campaña radiofónica que fuese concebido, pautado y realizado *con* la organización AMMAR, *para* ser difundido en la comunidad en general. Para Uranga, cuando trabajamos en procesos comunicacionales, es preciso considerar al “otro” como un interlocutor capaz de pronunciarse y producir determinados sentidos. Esta perspectiva impulsa la acción de investigar *con* alguien y no investigar *a* alguien. (Uranga, 2009. P.7).

Podemos enumerar una serie de características que hacen participativo a un proceso comunicativo; desde los aportes de Gumucio (2001), quien hace hincapié en las características que la distinguen de otras estrategias de comunicación para el cambio social. Las enunciamos a continuación.

La horizontalidad: Los pueblos como actores dinámicos, participando activamente en el proceso de cambio social, asumiendo el control de los instrumentos y contenidos de comunicación (...)

El carácter procesual: Los pueblos tomando en mano propia su futuro a través de un proceso de diálogo y de participación democrática en la planificación de las actividades comunicacionales (...)

Es a largo plazo: La comunicación—y en general el desarrollo—concebidos como procesos de largo aliento, que requieren de cierto tiempo para que el pueblo pueda apropiarse de ellos (...)

Su origen es colectivo: Las comunidades urbanas y rurales actuando colectivamente en el interés de la mayoría, evitando que el poder sea monopolizado por unos pocos (...)

De anclaje local-específico: El proceso de comunicación adaptado a cada comunidad o grupo social en cuanto al contenido, el lenguaje, la cultura y los medios (...)

Centrado en las necesidades del pueblo: El diálogo en la comunidad y los instrumentos de comunicación para ayudar a identificar, definir y discriminar las necesidades sentidas y reales (...)

Enfatizado en la apropiación: Procesos de comunicación “apropiados” por el pueblo, para ofrecer igualdad de oportunidades a la comunidad (...)

Fomentando la concientización: Un proceso de concientización y de profunda comprensión de la realidad social, sus problemas y soluciones...en lugar de mecanismos de persuasión (...). (Gumucio, A. 2001. P.38-39)

La metodología que implementamos es una adaptación a nuestra temática de investigación y producción de la estructura y fases de la Investigación-acción-participativa (IAP) conceptualizada por Joel Martí como “la integración de técnicas ya consagradas en los campos de la investigación e intervención social, la IAP propone un cuerpo metodológico que persigue transformar las relaciones entre base social, asociaciones y administración local hacia modelos que sean más ciudadanistas que gestionistas (en los que la base social queda excluida de los procesos de decisiones) o tecnicistas (en los que se prescinde de la ciudadanía organizada)” (Martí, J. 2002. p. 24)

Una de las características principales de este tipo de métodos, es ser “flexible a las especificidades de un territorio sobre el que se interviene, a las de una temática tratada y a las de unos objetivos perseguidos.” (Martí, J. 2002. p.24). Hablamos de adaptación porque “en tanto que la IAP es una metodología activa y participativa, buena parte de su diseño no puede definirse de antemano, porque se trata de un diseño en proceso, es decir, reconstruido a partir de la propia praxis que se va generando en la comunidad.” (Martí, J. 2002. p.24).

A continuación, en el Gráfico 1 explicitamos las Etapas, las Tareas y Actividades que metodológicamente desarrollamos:

Gráfico 1

ETAPAS	TAREAS	ACTIVIDADES
Pre-Investigación	Detectamos síntomas. Realizamos una demanda de intervención: pedimos una reunión.	Primera visita a Ammar. Conocimos a sus representantes.
Planteamiento de la investigación	Negociación y delimitación de la demanda.	Relevamos las necesidades comunicacionales de la

	Aceptación de la propuesta de trabajo conjunto.	organización. Sostuvimos reuniones con representantes.
Diagnóstico	Conocimos el territorio a través de la práctica. Contrastamos los datos de producciones existentes anteriores. Delimitación de las líneas de acción a desarrollar.	Participamos de las actividades propuestas por la organización (ENTS, Conversatorios, Charlas, etc).
Recogida de información	Exploramos antecedentes de producciones sobre el tema. Realizamos investigación teórica sobre el tema.	Encontramos antecedentes de campañas sonoras, tesis hechas con Ammar y un libro editado por la organización.
Constitución Grupo IAP	Elaboramos una propuesta de comunicación participativa: la campaña.	Pautamos encuentros participativos de investigación y producción con la comunidad de Ammar.
Trabajo de Campo	Elaboramos el contenido de los Talleres. Buscamos dinámicas de participación y Elaboramos guías temáticas.	Profundizamos el contacto y el vínculo con las representantes, para no perder fluidez en la comunicación.
Realización de talleres	Implementamos los talleres reflexivos y productivos (dos)	Sistematizamos la información recogida para utilizarla como contenido de la campaña radiofónica
Conclusiones y propuestas	Sometimos a evaluación colectiva el contenido de los	Acercamos a la comunidad la producción de los guiones

	guiones radiofónicos Corregimos y modificamos.	primarios, ajustamos y grabamos.
--	---	-------------------------------------

A continuación, explicitaremos los aspectos salientes del proceso de investigación y producción desarrollados junto a integrantes del colectivo AMMAR.

2. 1 AMMAR como objeto y sujeto productor de la campaña

Establecimos contacto con la organización a través de un informante clave que funcionó como nexo entre nosotras y las representantes de AMMAR; quien nos comunicó el procedimiento que tiene la institución para aceptar o rechazar estos tipos de propuesta. Según este procedimiento, la propuesta se debatió en asamblea y se coordinó una reunión con quien era en ese momento Secretaria General de la organización, Eugenia Aravena, dando como resultado la aceptación de la institución de nuestra propuesta.

A partir de este acercamiento comunicativo con AMMAR Córdoba, diseñamos dos instancias de taller de carácter abierto y grupal. Elegimos esta técnica que viabiliza la I.A.P, por razones prácticas y comunicacionales para resolver la necesidad de conocer a las personas que integran el colectivo y aproximarnos a los ejes centrales que deberíamos recorrer en términos teóricos.

2.2 Realización de Talleres

Taller uno: ¿Qué ves cuando me ves?

Este taller lo realizamos en la sede de AMMAR, el 9 de octubre de 2018. Asistieron trece trabajadoras sexuales (Malena, Patricia, Liliana, Yoko, Karina, Lidia, Gladys, Alan, Mariela, Silvana, La Muñeca, Laura, Susana), durando dos horas. La distribución del taller fue en ronda, facilitando la simetría de la producción del mismo. Nos distribuimos en tres roles para el desarrollo de este taller, facilitadora (coordinación general del taller), observadora (anotación de aspectos que quedaran por fuera del registro) y registradora (registro fotográfico, reproducción de audios y grabación). Estas tareas fueron desempeñadas flexiblemente y de acuerdo a nuestras preferencias y comodidades de asumir uno u otro rol.

El objetivo del taller fue que las propias trabajadoras sexuales pudieran expresar sus ideas, sentimientos y emociones. Esto fue posible gracias a la herramienta que utilizamos como disparador denominada Técnica de vox populi. Esta técnica consiste en la presentación de un relevamiento producido sobre el tema con anterioridad al evento. En la reunión, la técnica continúa con la escucha de los audios de las personas que emitieron sus

opiniones respondiendo a dos preguntas: “¿Qué pensás sobre la trabajadora sexual? y ¿Estás de acuerdo con el ejercicio del trabajo sexual?”

Durante el desarrollo de la dinámica **ronda de escucha**, la reproducción de los audios fue aleatoria y estructurada en cuatro repeticiones (de cinco o seis audios), para que las presentes pudieran tomar la palabra, dar lugar al debate y el intercambio de ideas. El registro se transcribió en tres afiches: uno con los aspectos positivos, el segundo con los aspectos negativos y el tercero con los aspectos ausentes en relación a la escucha de las opiniones de terceros (muestra no probabilística) sobre el ejercicio del trabajo sexual.

Primera ronda

Sonaron tres audios que evidenciaron en las respuestas de los sujetos, el entendimiento de la temática, sus condiciones de existencia, sus derechos vulnerados y la importancia de ser reconocidas como trabajadoras. Antes de terminar la escucha, una de las participantes interrumpe cuando suena el término “condiciones sanitarias” provocó la asociación directa con las consecuencias negativas que para ella (t.s) tuvo la implementación del Sanitarismo en Córdoba. A partir de ahí, el debate giró en torno a este sensible tema que despertó el interés en la mayoría de las trabajadoras sexuales. Los conceptos que se desprendieron del mismo fueron: enfermedades de transmisión sexual, control sanitario, discriminación intrafamiliar, tabúes sobre la sexualidad, salud sexual y (no) reproductiva, identidad de género, trabajo, entre otros.

Segunda ronda

Aquí, al finalizar la escucha de los audios, las trabajadoras debatieron largamente sobre los prejuicios -falta de oportunidades, exclusión, riesgos, cuestionamientos sobre la libre elección, autonomía- y en particular sobre un tipo de estereotipo (que fue mencionado en el vox populi) que circula en el imaginario de algunas personas sobre el ejercicio del trabajo sexual. El disparador del debate fue la frase “puta pobre”, haciendo alusión a que no elige el trabajo sexual, sino que es arrastrada a ello por no tener opciones, lo cual significó un punto de inflexión en la discusión.

Tercera ronda

Al finalizar la escucha de los audios, se discutió en torno al estigma que pesa sobre las trabajadoras, la explotación sexual, los derechos que el estado debería garantizar, condiciones laborales, el control sobre los cuerpos, las normas, la moral sexual y la genitalidad. También se problematizó acerca de la discriminación de género, y la libertad de elección. Por último, surgió la necesidad, por parte de una de las presentes, aclarar la diferencia entre el trabajo sexual autónomo y la trata de personas con fines de explotación

sexual (por que en los audios se evidenciaba la desinformación) para reforzar la noción de autonomía y libre elección.

Cuarta ronda

En esta última ronda, se reiteraron en el debate ciertos temas que ya habían sido conversados, como la trata, la explotación y los prejuicios. A su vez, surgieron nuevas discusiones en torno los límites entre la legalidad/ ilegalidad y cuáles deberían ser los parámetros legales o ideales del ejercicio del TS. Se hizo hincapié sobre varias de las escuchas que referían al “coraje” y la “valentía” de las trabajadoras sexuales por trabajar en la calle y estar expuestas a diferentes riesgos. Además, se generó una superposición de intervenciones acerca de “la sexualidad que se intercambia por dinero” y “la sexualidad por placer”. Por último, surgió la necesidad de hacer hincapié sobre los derechos que consideran más urgentes y necesarios, la jubilación y la obra social.

Observaciones del taller:

Observamos que se generaron polémicas y controversias con las participantes sobre algunas expresiones que se mencionaron en el Vox Pópuli sobre el trabajo sexual. Los tópicos que se debatieron y adquirieron relevancia fueron: **prejuicios, enfermedades de transmisión sexual (ETS-VIH), discriminación, tabúes, género, trabajo, importancia de la organización, diferenciación de trata y TS, la falta de oportunidades, los riesgos del trabajo, autonomía, libertad de elección, entre otros.** La experiencia del primer Taller “**Qué ves cuando me ves**” nos resultó satisfactoria, ya que pudieron participar y alzar la voz una gran cantidad de trabajadoras sexuales para poner en común sus experiencias a través de la dinámica planteada. En el cierre, algunas de las participantes nos expresaron sus ganas de ser parte, asegurando que podíamos contar con algunas de sus voces para la realización de dicha campaña y también se mostraron motivadas para volver a reencontrarnos en una segunda instancia. Posteriormente, nos dedicamos a sistematizar los datos obtenidos. Dicha sistematización fue a través de la escucha, desgrabación y minutado del registro sonoro de todo el encuentro, para extraer las ideas más representativas de los ejes trabajados. Este ejercicio nos fue de gran utilidad para pensar que conceptos/temas proponer para profundizar en el segundo Taller “**Tomando la palabra**”, y poder así pensar los contenidos de los spot para la campaña radiofónica.

A continuación, exponemos el cuadro que representa al registro de los afiches, contiene citas textuales de las opiniones de las trabajadoras sexuales.

Aspectos positivos	Aspectos negativos	Lo que falta
<p>“Hay información permanente sobre prevención de enfermedades de transmisión sexual”</p> <p>“Una cosa es el trabajo y otra muy distinta es la vida privada de cada una”</p> <p>“Estamos todas, nos apoyamos entre todas”</p> <p>“Es un trabajo AUTÓNOMO. Elegimos como trabajar, cuantas horas, sin patrón”</p> <p>“La organización es fundamental”</p>	<p>“Las enfermedades de transmisión sexual son en general: ¿por qué controlar solo a las trabajadoras sexuales y no a todas las personas?”</p> <p>“VIH-ETS: las trabajadoras sexuales se cuidan más que la sociedad en general”</p> <p>Higienismo</p> <p>Detenciones arbitrarias</p> <p>TABÚ</p> <p>MIEDO a la libre elección</p> <p>RIESGOS</p> <p>“La sociedad no brinda otro trabajo”</p> <p>“DISCRIMINACIÓN (familiar): generalmente por contracción de enfermedades”</p> <p>“LA HIPOCRESÍA de la gente que “nunca consumió” T.S o que no lo quiere ver”</p> <p>“ESTEREOTIPO de trabajadora sexual: la puta pobre”</p> <p>“Elección por necesidad”</p> <p>“¿Elección libre en todas las trabajadoras?”</p> <p>“Pensar que es un trabajo fácil de hacer/ Plata fácil”</p>	<p>“Hay que diferenciar claramente entre QUIEN ELIGE y QUIEN ES OBLIGADA”</p> <p>“¿Cuán libres somos para elegir un trabajo cualquiera?”</p> <p>“Todo el problema con el cuerpo es la genitalidad”</p> <p>“La explotación es donde están los prostíbulos”</p> <p>“Diferenciar trata de trabajo sexual”</p> <p>“Diferencia entre COGER y TRABAJAR SEXUALMENTE (aquí hay factores múltiples en los que pensar)”</p> <p>“Énfasis en acceder a la jubilación”</p> <p>“Énfasis en acceder a la Obra Social”</p>

	<p>“El problema moral está en el SEXO”</p> <p>“Trabajo en negro”</p> <p>“Preocupación por las enfermedades de las T.S y no del resto”</p> <p>“¿Hacerlo por placer?”</p>	
--	---	--

Taller dos: “Tomando la Palabra”

Este taller lo realizamos en la sede de AMMAR, el 4 de diciembre de 2018. Asistieron 10 trabajadoras sexuales (Gladys, Mariela, Silvana, Miriam, Daniela, Patricia, Cristina, La Muñe, María y Lidia) durando una hora y media. La distribución fue en ronda, sentadas alrededor de la mesa en la sala común de la sede. Nos distribuimos en tres roles para el desarrollo del taller, facilitadora (coordinación general), observadora (anotación in situ de las conclusiones de las dinámicas) y registradora (registro fotográfico y grabación).

El objetivo del mismo fue trabajar sobre tres ejes temáticos (trabajo sexual es trabajo, diferenciación entre trata y trabajo sexual y derechos vulnerados) para producir los contenidos de los spot radiales en conjunto con las trabajadoras sexuales a partir de la implementación de dinámicas creativas grupales. El paso previo a la implementación de las dinámicas, fue dialogar con ellas, acerca del tratamiento periodístico del T.S que realizan los medios masivos de comunicación de la ciudad de Córdoba, desde su experiencia colectiva en el Sindicato.

Las dinámicas se dividieron en tres momentos, según la extensión de cada eje particular. En la primera pusimos en práctica **la cadena de asociaciones** que permitió ejercitar la abstracción y la asociación de conceptos relacionados al significante **trabajo**, haciendo alusión a **trabajo sexual, libre elección y autonomía**, a partir de las experiencias de las trabajadoras.

Resultados de la primera dinámica:

TRABAJO	AUTONOMÍA	LIBRE ELECCIÓN
Sexual	Decisión	Aborto
Maltrato	Libertad al trabajo	Horarios-días
Calle	No a la trata	Homosexualidad
Libertad	No explotación-esclavitud	Preservativos
Independiente	Libre de abusos	Prevención
Digno	Derechos	Independiente
Elección	Con la frente bien alta	No ser perseguidas
Explotación	Elección	Discriminación
Cuerpos	Maltrato	Respeto
Jubilación	Diversidad	Decidir sobre mi cuerpo
Dinero		Adopción
Salud		Compañerismo
Obra social		Adicción
Familia		Salud
Niños		Perversión
Respeto		Si quiero seguir trabajando o no
Autonomía		
Inseguridad		
Abuso policial		

En la segunda dinámica, la técnica fue **palabras claves** para sintetizar o resumir los aspectos centrales del significante **trata y trabajo sexual** y develar aspectos que generaron tensión o controversia en la historia personal de las participantes. Se plantearon dos preguntas disparadoras, ¿Qué es la trata de personas? y ¿Por qué es importante diferenciar trata de trabajo sexual? que arrojaron como resultado una lluvia de palabras asociadas a una y otra pregunta.

Resultados de la segunda dinámica:

Trata de personas	Explotación de la mujer-usurero-maltrato-violencia-violencia psicológica-oscuridad-muerte-tráfico de órganos-tráfico de niños-droga-encierro-amenaza-esclavitud-subastano hay elección propia-no poder decidir-anulación de la persona.
Diferenciación	El trabajo sexual es decisión de cada quien.

En la tercera dinámica, usamos la técnica de **asociación libre** de ideas en relación al significante **derechos vulnerados**, alrededor de tres columnas: organización, derechos humanos y trabajo en negro. Pudimos observar que se generaron consensos y divergencias según la interpretación y experiencia subjetiva de cada trabajadora. Entendimos la importancia de la existencia del sindicato como espacio de lucha y contención.

Resultados de la tercera dinámica:

AMMAR/LUCHA/ORGANIZ ACIÓN	DERECHOS HUMANOS	TRABAJO EN NEGRO
Contenidas	Derechos laborales	<i>"tenemos derechos...hay</i>
Es lo más	La unión hace a la fuerza	<i>normas de las que</i>
La otra familia	Metas	<i>disponemos, tenemos una</i>
La primera que activa	Capacitarse	<i>casa a cargo, los pibes van</i>
Concientizar a la gente	Talleres	<i>al colegio".</i>
Organización	Escuela primaria Esperanza	<i>"como el Plan vida digna: lo</i>
Humanización	Salud	<i>mismo para las trabajadoras</i>
Unión	Contención	<i>sexuales, estar tranquilas".</i>
Lucha	Escucha	<i>"como toda persona que</i>
Metas	Igualdad ante la ley	<i>labura en blanco, no se</i>
Capacitación	El destinatario principal es el	<i>accede al crédito ni a ningún</i>
Talleres	ESTADO, QUE	<i>beneficio".</i>
Esperanza	GARANTIZA.	<i>"porque no hay aportes para</i>
Contención		<i>acceder a la jubilación"</i>

Derechos Compañerismo Igualdad de trabajo Obra social ART Trabajo digno Protección Seguridad Vacaciones Plan de vivienda Derecho a la salud Jubilación como trabajadoras Es posible Escuchadas		<i>“no apporto nada” “jubilación como trabajadoras sexuales, no bajo ningún otro rubro” “creen que vendemos el cuerpo” “es un servicio que ofrecemos, lo alquilamos” ”Si vendiera mi cuerpo, ya no lo tendría, sería un fantasma”.</i>
--	--	--

Observaciones del taller:

Observamos que se trabajaron muchas dinámicas en poco tiempo (de hecho, pensamos en dos horas y trabajamos una hora y media) lo que resultó a veces denso y agotador, se generó dispersión y no fue fácil para todas seguir el hilo de las dinámicas propuestas. En parte debido a la poca experiencia que como equipo teníamos en el manejo de dinámicas de grupo, por lo cual en reiteradas oportunidades las participantes se iban de tema y nosotras tuvimos que reiterar las consignas para volver a los ejes de trabajo.

De todas maneras, esta segunda experiencia como talleristas, fue sumamente esclarecedora, ya que tomamos la decisión de producir cuatro piezas sonoras y no tres, que visibilizan aspectos básicos (pero a la vez complejos) de la temática. Fue concluyente para nosotras entender que la temática de la trata de personas con fines de explotación sexual excede los objetivos propuestos en esta tesis.

2.3 Encuentro Nacional de Trabajadorxs Sexuales AMMAR Córdoba

En la ciudad de Córdoba durante los días 14 y 15 de noviembre de 2018, el Sindicato AMMAR Córdoba organizó el “1° Encuentro Nacional de Trabajadorxs Sexuales: Hacia una Campaña por Jubilación y Obra Social”, bajo el lema “Ni Abolicionismo, Ni Regulacionismo. Otro AMMAR es posible.”

Acudieron más de 60 personas de diferentes provincias como Mendoza, San Juan, Chaco, Capital Federal, La Plata, Neuquén, etc. El encuentro estaba destinado hacia trabajadoras sexuales de todas las edades e identidades de género, que estuvieran o no organizadas y a los sectores aliados al trabajo sexual como la Red por el Reconocimiento del Trabajo Sexual (RRTS), la Facultad de Ciencias Sociales- Trabajo social (UNC), la Central de Trabajadores Argentinos (CTA), el Círculo Sindical de la Prensa y la Comunicación de Córdoba (CISPREN) entre otros.

La jornada del día 14, fue abierta a la comunidad y público en general. Tuvo lugar en el Cispren, donde la secretaria general María Ana Mandakovic se encargó de recibir y dar la bienvenida a los/as/es asistentes. De todas maneras, la coordinación de los paneles y las actividades fue desarrollada por Eugenia Aravena (AMMAR), la RRTS y la FCS. Aquí, se desarrollaron 3 actividades: la presentación formal del “Relevamiento social sobre las trabajadoras sexuales de Córdoba” a cargo de la RRTS, AMMAR, la FCS y las tesistas de Trabajo social. En segundo lugar, se proyectó el cortometraje “La Puta dignidad”, donde estuvo presente su directora. Por último, se invitó a recorrer la muestra permanente “18 años de lucha, construyendo organización” que permitía observar diversos registros como folletos, fotografías y documentos que reconstruyen la historia de lucha y conquistas de la organización AMMAR.

La jornada del 15, se destinó específicamente a les y las trabajadoras sexuales y aliades, para desarrollarse en la sede del sindicato AMMAR. Se planteó generar cuatro comisiones para debatir y dialogar sobre 3 ejes: 1) “Criminalización de lxs trabajadorxs sexuales: legislaciones vigentes”. 2) “Los pro y los contra del regulacionismo” y 3) “Hacia la conquista de nuestros derechos”; para luego poner en común a modo de plenario, las conclusiones de cada comisión y así articular nuevas estrategias colectivas orientadas a mejorar las condiciones laborales del sector. En palabras de las organizadoras, el objetivo fue...“generar espacios para pensar algunas estrategias colectivas para la campaña por jubilación y obra social para lxs TS que se lanza en ese encuentro, recuperando la heterogeneidad de habitar el TS.” (ENTS: 2018).

A través de la observación no-participante que según Roxana Loubet Orozco⁷, es la que permite observar los fenómenos desde afuera. Cuando se observa un grupo de población, quien investiga se mantiene como agente externo, sin involucrarse como parte del grupo. Asimismo, si es posible y no repercute en la “normalidad” de la situación que se estudia, se pueden usar instrumentos de registro como grabadoras, cámaras fotográficas o una bitácora.

Pudimos dimensionar la diversidad y complejidad de problemáticas que atraviesan a nuestra temática de investigación. En este marco nuestra participación fue a través de la observación sin intervención, es decir, pudimos registrar, anotar datos y formar parte de las comisiones pero sin tener ni voz, ni voto. En este sentido, consideramos que fue una experiencia que nos ayudó a afinar y revisar significados, categorías y los múltiples sentidos que componen el universo “trabajo sexual”, así como también sirvió de eje orientador para el armado de la propuesta del segundo encuentro. Fuimos invitadas por la organización a participar de este encuentro, como una actividad propia del sindicato.

⁷ Extraído en: http://www.geocities.ws/roxloubet/investigacioncampo.html#Observacion_pasiva.



PRODUCCIÓN DE LA PRÁCTICA DISEÑADA



3. PRODUCCIÓN DE LA PRÁCTICA DISEÑADA

El proceso de producción de esta campaña radiofónica, fue abordado desde la participación activa y colectiva de las trabajadoras sexuales de AMMAR-CBA y nosotras, pensando en conjunto, desde las ideas primarias que orientaron la investigación, hasta la ejecución del producto sonoro final.

La producción es “un proceso que fluctúa de acuerdo a las necesidades, los tiempos, los objetivos y el contexto de trabajo radiofónico y del quehacer comunicativo” (Ramos, P, 2013, p.81). Al hablar en términos de proceso entonces, ya no hablamos de una serie estructurada de pasos a cumplir sino que, son ciclos que se abren y se cierran en cada momento particular del desarrollo productivo.

Siguiendo a Rodero Antón, el proceso de producción de mensajes, se puede estructurar en tres momentos, la Concepción que implica la construcción del contenido de los mensajes a partir del conocimiento teórico y la recolección de los elementos productivos, el Diseño que comprende la combinación y estructuración de los elementos (elaboración de guiones), de acuerdo al formato que escogimos, y la Realización que es la materialización del producto, incluye el proceso de grabación y post-producción.(Rodero Antón, E. s.f. pp.1- 4).

Daremos cuenta de un recorrido práctico que ha sido dinámico, flexible y cambiante porque nació, se desarrolló y culminó a través del diálogo y el intercambio horizontal de ideas, sentimientos y percepciones tanto nuestras como de las protagonistas de la campaña.

CONCEPCIÓN

3.1

“Y ya es tiempo de que les paremos, que se enteren que no más, que cuando gritan “ni una menos”, es en realidad ni una más de todas nosotras, no vamos a seguir poniendo las muertas, ni el cuerpo, ni las lágrimas, ni nuestros nombres o rostros. Qué les quede claro. No queremos ser más está humanidad”.

Susy Shock; Hojarascas. 2017

Llegamos a abordar la temática del Trabajo Sexual Autónomo (TSA) desde diferentes experiencias personales, espacios de militancia política dentro del movimiento feminista y desde el compartir e intercambiar puntos de vista sobre una realidad que se presenta como problemática.

La motivación que nos habilitó el poder producir un nuevo contenido radiofónico, siempre estuvo atravesada por nuestra condición de género. Es desde ese lugar que nos interesó profundizar sobre la temática tratada a lo largo de este trabajo. Hemos asistido a numerosos Encuentros Nacionales de Mujeres (ENM); sobre todo cuando se incorporó el taller de Mujeres Trabajadoras Sexuales a la grilla oficial de los mismos. Ese fue el primer encontronazo con la realidad cara a cara. Poder participar de esos espacios sin invadir ni sobreponer nuestra palabra a la de otrxs, poder conocer personas activistas de todos los rincones del país, que atraviesan situaciones distintas a pesar de dedicarse a la misma actividad laboral, escuchar otras voces y experiencias, para reflexionar, encontrarnos y repensarnos.

Repensar también, que no todxs tenemos las mismas posibilidades de acceso al conocimiento en una sociedad que se erige sobre las bases de la desigualdad; donde poder estudiar una carrera universitaria o especializarse en alguna temática particular es un privilegio de clase, cuando debería ser un derecho.

Pero además de ser “elitista y exitista” esta sociedad, también es profundamente patriarcal. En ella, las relaciones de poder que se establecen entre las diferentes clases sociales generan mecanismos de discriminación, acoso, abusos y la perpetración de múltiples violencias que sufrimos por nuestra identidad de género. Cuando el andamiaje institucional es sostenido gracias a un sector privilegiado (en este caso los varones), las

mujeres y disidencias sexuales nos encontramos en la lucha por ocupar espacios de poder a la vez que nos organizamos, encontramos y formamos para hablar de los temas que aún son “tabú”, inclusive tomando las calles cuando es necesario, para pregonar por la equidad de género en cuanto que precisamos ser reconocidas como sujetas de derecho. Una lucha que entendemos desde lo colectivo y comunitario, no desde lo individual.

Desde el lugar mencionado anteriormente, es que escogimos hablar sobre TSA en la medida en que este es abordado superficialmente desde los medios masivos de comunicación a comparación con el resto de las problemáticas que sí han adquirido visibilidad y debate público como por ejemplo la despenalización del aborto, el acoso callejero, la violencia de género, etc. A partir de la lectura que hicimos sobre estos aspectos de la realidad, es que nos sentimos habilitadas para establecer el contacto con la Organización AMMAR-Córdoba.

Nuestra intención siempre fue elaborar un producto sonoro inclusivo y con perspectiva de género. Cuando se hizo efectivo nuestro acercamiento a la organización, pudimos relevar su demanda comunicacional más urgente: la elaboración de una Campaña que aborde el reconocimiento de los derechos laborales (Jubilación y Obra Social). De esta manera, sus necesidades se pudieron complementar con nuestras intenciones de elaborar un producto radiofónico que informe, sensibilice e interpele a las audiencias del sector comunitario sobre el estado actual del TS Autónomo en la provincia de Córdoba.

3.1.1 La Campaña de Información y Sensibilización como formato. Cómo comunicar sobre el TS.

“Una campaña que convoque, que saque a la gente. Que la mueva, pero, que no violente pues una campaña se hace para construir y un discurso incendiario desde la radio aleja de la convocatoria y entonces, pasa a la obligación y eso sería la misma represión pero con distinto uniforme”. (Tito Ballesteros; Campañas radiofónicas)

Una campaña es “una estrategia comunicacional que promueve acciones de información, reflexión, concientización y sensibilización social en relación a un tema relevante para la comunidad. Es una herramienta de comunicación que se propone interpelar directamente a las personas y para ello interviene sobre los espacios públicos (calles, plazas, instituciones) y los medios de comunicación durante un tiempo determinado” (Pereyra, M, s.f. p.3); donde lo esencial es concebir al interlocutor como un ciudadano activo, crítico y reflexivo.

Como afirma Ballesteros, una campaña existe y hace comunicación cuando primero escucha, cuando posibilita que un otro distinto, pueda expresar sus ideas, sus anhelos, sus necesidades. Además, persigue los siguientes objetivos: “Difundir una idea o una propuesta de interés para la sociedad; Instalar el debate sobre un tema o problema que afecta a la comunidad y Promover que las personas revisen alguna actitud, comportamiento o práctica para mejorar sus condiciones de vida y las de los demás”. (Pereyra, M, ídem). Este último aspecto, de promover un cambio de actitud, es el que la diferencia de otro tipo de campañas de corte publicitario o político que buscan vender un producto, una idea o un servicio. Cuando la construimos más allá de la información que brinda -que es imprescindible pero a la vez insuficiente-, atendiendo a las posibles reacciones, actitudes y prácticas de la audiencia, es cuando se vuelven sensibilizadoras.

Al mismo tiempo, no son herramientas que “logren cambios en las prácticas o cambios culturales profundos y perdurables. Son el puntapié para el desarrollo de estrategias a mediano y largo plazo”. Ya que primero creemos necesario informar sobre la existencia del TS Autónomo en la ciudad de Córdoba para que tome carácter público y a partir de allí, habilitar el debate para llegar (o no) a determinados consensos. Nos interesa que se instale como una problemática que es sensible a nivel cultural y social para intentar correrlo de los lugares comunes donde se lo inserta (en los márgenes, en el ocultamiento y la negación). Por ello, informar solamente no es suficiente, es necesario que “las personas se vuelvan sensibles, es decir, que tomen conciencia del problema (...)”. (Pereyra, M, ídem).

Por lo tanto nuestra Campaña fue desde sus orígenes, concebida, discutida y realizada con lxs trabajadorxs sexuales de Ammar, sin perder de vista que la comunicación es desde

el enfoque adoptado “estar con el otro, prestar micrófono al otro (...) es intercambio”. (Ballesteros, T. 2008, p.8).

Este producto sonoro es un aporte sumamente válido y complementario al trabajo que desde el área de comunicación de la organización se viene haciendo hace años. Es sumar el lenguaje radiofónico a las producciones gráficas y audiovisuales que ya existen para expandir su discurso a través de otro canal, en este caso la radio comunitaria.

Cada pieza sonora aborda un subtema específico de la problemática general. Habla siempre de trabajo sexual autónomo pero desde diferentes aristas: sexualidad, derechos laborales y organización colectiva, para dar una visión integral de lo que implica que estemos enunciando la falta de reconocimiento y visibilidad que el tema tiene en el espacio público.

3.1.2 Sensibilizar. Para qué difundir sobre el TS

Creemos en la potencialidad de alcance que la campaña puede llegar a tener en dos niveles: tanto como herramienta de visibilización para el colectivo de trabajadoras sexuales, para que sus voces lleguen a oírse fuera de los espacios donde se oyen habitualmente y también para contribuir con las radios comunitarias a reforzar la implementación de la perspectiva de género y derechos humanos en sus programaciones.

Por ello, queremos informar, interpelar y sensibilizar sobre la importancia que el reconocimiento del trabajo sexual como trabajo tiene para las personas que lo ejercen y para las audiencias, para que accedan a otro tipo de contenidos que les ayuden a contrarrestar el carácter sesgado, negativo, amarillista e irresponsable que siempre se le ha atribuido a la existencia de la actividad, problemática que ha sido abordada en el apartado tres de las aproximaciones teóricas.

3.1.3 Radios comunitarias. Destinatarios y destinatarias. Dónde y porqué difundir sobre el TS.

Siguiendo a autores como Kaplún y otros, explicaremos en este apartado de qué forma la *investigación diagnóstica* nos permitió dar cuenta de los contextos y audiencias a quienes está destinado el producto ya que es imprescindible los contextos de circulación y sobre todo los sujetos a quienes está destinado el mensaje. Esto que es “mucho más que asignarles una cuantas categorías estándar de edad, sexo, ocupación, origen geográfico, social, etc. Implica realizar un trabajo de prealimentación del mensaje a elaborar. Entender qué saben, qué quieren, qué piensan, qué imaginan, que ignoran del tema en cuestión, a cuáles de sus necesidades podría responder nuestro material”. (Kaplún, 2002, p.4)

En este sentido, decidimos ponernos en contacto con ocho radios comunitarias de la provincia de Córdoba nucleadas en la Red Farco⁸, contemplando cercanía y relaciones interpersonales que permitieron la vinculación de manera concreta, el diálogo con sus referentes, y en otros casos sólo se generaron vínculos virtuales.

La selección definitiva se dio a partir de la respuesta afirmativa de seis radios, de un total de ocho, sobre la posibilidad de divulgar la campaña. A través de la elaboración de tres encuestas exploratorias -vía Google Forms-, buscamos indagar sobre el proyecto político-comunicacional de las mismas a los fines de poder identificar si la temática era abordada en las programaciones y de qué maneras, teniendo en cuenta el contexto territorial (urbano) donde se ubica AMMAR, para pensar estratégicamente en cubrir un área mayor de recepción de la campaña, extendiéndose hacia Sierras Chicas y hacia el Valle de Paravachasca por ejemplo.

En cuanto a las encuestas, la primera “Programaciones de radios comunitarias” apuntó a indagar sobre la construcción de las agendas mediáticas de las emisoras. La segunda, “Ideario de las emisoras” buscó conocer el posicionamiento, las ideas y percepciones que las emisoras tienen o no, sobre la temática del Trabajo Sexual. Y la tercera “Semblanza de audiencia modelo” se orientó hacia el hecho de conocer qué construcción de los/las oyentes tienen las emisoras.

Las radios comunitarias existen gracias al sostenimiento de las redes de lazos que se construyen de manera colectiva y horizontal, lazos profesionales y afectivos también. Una de esas redes, la que quizás contiene a la mayoría de ellas, es la Red FARCO⁹ (Foro Argentino de Radios Comunitarias). Tal como menciona en su página web, “por considerar a la comunicación como un derecho humano esencial; a diferencia de las comerciales, no persiguen un fin de lucro ni tienen un dueño, sino que son gestionadas en forma democrática y participativa por grupos de personas agrupados en asociaciones civiles, vecinales, cooperativas, sindicatos, mutuales...”

Este modelo de comunicación es permeable a que la problemática del Trabajo Sexual ocupe un lugar en la agenda mediática y se instale a través de un abordaje profundo, responsable, con perspectiva de género y derechos. Como lo plantea Ballesteros “las radios comunitarias y populares en América Latina son desde sus orígenes proyectos que se proponen intervenir en una realidad marcada por las desigualdades. Desigualdades de clase, de género, étnicas, educativas, sociales, políticas, culturales. Desigualdades en el acceso a la información y a la palabra. Desigualdades en la posibilidad de contar la propia historia con la propia voz.” (Ballesteros, T. 2008, p.15-16). Este enfoque plantea la ubicación

⁸ FARCO Foro Argentino de Radios Comunitarias. En la siguiente página se dan los datos de referencia de la organización.

⁹ Extraído de: <https://www.farco.org.ar/>.

de las radios en los procesos y las relaciones sociales, como nexo, como mediación entre los actores sociales; no como espectador de lo que ocurre en la sociedad sino asumiendo funciones de movilización, de reflexión, de concertación y reflexión.

Incluimos en nuestra propuesta a las siguientes radios comunitarias, todas de formato FM. Radio VillaNos/ Carlos Paz, Radio Tortuga/ Alta Gracia, Radio La Ronda/ Colonia Caroya, Radio La Ranchada/ Córdoba Capital, Radio Central Ferroviaria/ Cruz del Eje y Radio El Brote/ Villa Ciudad Parque.

Entendemos que no basta solamente con enumerar a las emisoras, sino tener en cuenta a los destinatarios y destinatarias de sus programaciones, sobre todo sabiendo que se encuentran radicadas en diferentes localidades de la provincia de Córdoba, y ello implica que las condiciones y los contextos de escucha son diversos. En este sentido, enunciarnos una serie de consideraciones generales sobre la riqueza de respuestas que hemos obtenido de las encuestas que realizamos. El 55,6% de la programación total no está pensada con perspectiva de género pero sí incluyen en las mismas, columnas, programas, artísticas, enlatados, etc, donde se abordan diversas temáticas de género. El 44,6% sí ha podido implementar en los últimos años la perspectiva de género, incluso en muchas de ellas, las tareas de operación técnica, conducción y producción están repartidas equitativamente entre mujeres y varones. Por ejemplo, Radio La Ranchada afirmó:“(…) en la radio hay acciones invisibles como por ejemplo tener hace años operadoras técnicas. De los seis programas propios de la mutual en la mitad hay conductoras-locutoras mujeres”. Concluimos con que el 88,9% cuenta con columnas y programas que abordan diversas temáticas con perspectiva de género. Por ejemplo, Radio el Brote expresó: “No toda la programación está pensada con perspectiva de género aunque tenemos spots, enlatados y un programa de género: Mujeres al Encuentro” (Radio El Brote, Villa Ciudad de Parque).

En cuanto a la propuesta de divulgación de la campaña, el 88,9% contestó afirmativamente. Las respuestas en relación a sus audiencias, fueron dadas en base a inferencias y suposiciones que desde las emisoras se efectúan teniendo en cuenta las interacciones que se generan con los contenidos de los programas, dado que solo dos de ellas (Tortuga y VillaNos) han realizado estudios de audiencia, tanto cualitativos como cuantitativos, a través del CEA (Centro de Estudios Avanzados de la UNC). De todas maneras, en base a las respuestas, las características generales de las audiencias en cuanto a franja etaria y género por ejemplo, dieron como resultado un público de entre 20 a 70 años, incluyendo generaciones jóvenes, adultas y adultas mayores (hombres y mujeres).

Por ejemplo, Radio VillaNos, argumentó: “Decimos que ahí se encuentra también nuestra "audiencia modelo" porque apuntamos a vecinxs que participan en la vida pública de su comunidad. Es decir, personas que se comprometen con la problemáticas de sus pueblos y deciden organizarse para intervenir”. Esta emisora también hizo alusión a la franja horaria

que mayor audiencia concentra, “La radio es escuchada por la mañana. (...)La particularidad de este programa es que cada día tiene un cierre diferente con columnas o segmentos especiales donde participan organizaciones sociales o vecinxs autoconvocadx que abordan diferentes temáticas. La particularidad de esos espacios cedidos a vecinxs y organizaciones nos permite ir ampliando la audiencia de la radio, además de poder concretar la idea de "hacer radio con otrxs" que forma parte de una de las premisas de trabajo de VillaNos. (VillaNos Radio, Carlos Paz).

En relación al tratamiento de la temática Trabajo Sexual Autónomo, nos encontramos con que el 100% de las radios han abordado la temática a través de notas telefónicas, columnas de opinión y entrevistas; en un 80% abordadas desde la perspectiva de género. En este caso, el 80% realizó nota con las voces protagonistas. El 80% con nivel de tratamiento esporádico, y el 20% con nivel frecuente.

Considerando que las encuestas exploratorias arrojaron una mayor cantidad de datos, incluimos la totalidad de las respuestas en el apartado de Anexos.

3.1.4 Sobre la Viabilidad y Financiamiento de la Campaña

Esta campaña se hizo posible gracias a la aceptación por parte de AMMAR de llevar a cabo nuestra propuesta y realizarla en conjunto. Tanto en la participación de los Talleres de producción del contenido que luego fue guionado, como en las tareas de grabación de los audios y en las necesarias evaluaciones del proceso general, intervinieron alrededor de quince trabajadorxs sexuales.

Todo proceso creativo a su vez, necesita de recursos materiales y humanos para ser realidad. Aquí nos referimos a los aspectos técnicos y estéticos de la dimensión comunicativa del producto elaborado, que se materializaron a través de establecer y mantener una comunicación permanente con las referentes de la organización. Cabe aclarar, que nuestros tiempos de producción de la campaña estuvieron supeditados a los tiempos de funcionamiento de la organización con la que trabajamos. Por eso, concentramos el trabajo más “duro” en los últimos meses del 2018 (de Octubre a Diciembre) y el trabajo más “fino” en el transcurso de este año, pudiendo sistematizar mejor la información obtenida y dedicarle toda la energía al diseño propio del formato.

Las acciones desarrolladas en pos de la viabilidad real de la campaña fueron: el trabajo de producción del contenido, la confección de los guiones radiofónicos y la selección de las voces que suenan en los spots, contemplando además los tiempos necesarios para el montaje y la edición de los audios.

El trabajo de producción se desarrolló en dos espacios. Por un lado en la sede de Ammar (Maipú 630, Córdoba Capital) efectuamos los talleres participativo-reflexivos para el armado

del contenido de los spots. Por otro lado, en nuestros espacios de reunión como equipo de tesis, llevamos adelante las tareas de selección, filtrado y definición de ideas principales y secundarias, con la consecuente traducción al lenguaje radial.

Para guionar ese contenido extraído, también trabajamos solas, a los fines de volver a la sede a presentar los guiones estimativos y revisarlos/evaluarlos con las trabajadoras, para ajustar los últimos detalles antes de pasar al momento de la Grabación.

La grabación se efectivizó en dos etapas. Primero grabamos las frases que interpretó Melina Anabel Quiña, una compañera de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de quinto año de la orientación de radio en el Gabinete de grabación de la propia Facultad.

En segundo lugar grabamos el contenido de las voces protagonistas, en este caso acordamos ir a la sede nuevamente, con todo el equipamiento correspondiente (micrófonos, consola de sonido, computadoras y guiones impresos) para poder generar las mayores condiciones de verosimilitud de los testimonios que fuera posible. Aquí también tuvimos colaboración de Leandro Sánchez en la operación técnica y la grabación. El cuidado de las condiciones de grabación, ensayo de los guiones y clima general de la jornada, estuvo a cargo nuestro. Por último, en el trabajo de edición contamos nuevamente con la colaboración de Leandro Sánchez, técnico en sonido y parte integrante de Radio Tortuga 92.9.

Esto nos permitió contar con recursos y herramientas profesionales de distintos espacios autogestivos, comunitarios y académicos, pudiendo sostener los costos de producción bajos.

El proceso de producción general de la campaña radiofónica podemos decir que ha sido satisfactorio y viable gracias a la apertura, la predisposición y la disponibilidad que las trabajadoras sexuales nos brindaron en pos de satisfacer una demanda comunicacional compartida: que Ammar Córdoba cuente con una tecnología comunicativa como los spots para complementar el lanzamiento de su campaña por el reconocimiento de los derechos laborales, y nosotras poder aportar a nuestro campo de conocimientos, este producto participativo y democratizador.

DISEÑO

El diseño, en el marco del proceso de producción, comprende la combinación y estructuración de elementos productivos a los fines de la construcción del mensaje. - teniendo en cuenta los objetivos así como las características del destinatario-.

Hacia el final de este apartado, incluiremos los guiones en la comprensión, siguiendo a Ortiz y Marchamalo que el guión es “el elementos esencial en el que se sustenta la realización, al establecer las relaciones indispensables entre las diversas áreas que conforman la creación a la vez que explicitan de forma ordenada tanto los contenidos como los soportes o fuentes que se usarán en el proceso de registro y montaje”. (Ortiz y Marchamalo en Giró, E, 2013, p. 101).

El producto que diseñamos en formato radiofónico, “Ammar con voz propia: Campaña por el reconocimiento de los derechos laborales de les y las trabajadoras sexuales”, persigue un ideal como es el reconocimiento de los derechos laborales del sector que se dedica al trabajo sexual. Hacia este objetivo comunicación, en el diseño desglosamos un universo de significantes muy amplio, en unidades específicas que fueran entendibles en lenguaje radiofónico para la audiencia que está recibiendo e interpretando del otro lado del parlante.

Por ello, está dividida en cuatro piezas sonoras individuales (spots), desde las cuales se abordan puntos específicos/centrales de la temática y que, oídas como un todo, logran abrir, desarrollar y cerrar el núcleo-problema de la misma.

Las piezas responden a “la ley de las 4 C. Deben ser *cortas* “ser motivadora, ahorrar palabras y sintetizar una idea”. Al ser breve permite la reiteración. *Concretas* “evitar las generalizaciones, abstracciones e ir al meollo de un asunto” para trabajar una idea a la vez, un problema y una solución. *Completas* “compilar la información necesaria para cumplir nuestro objetivo” y *Creativas* “desplegar todos los recursos del lenguaje radiofónico para construir imágenes auditivas y producciones atractivas.” ya que la creatividad es la sorpresa planificada. (López Vigil en Pereyra M, s.f. p.11-12)

Una cuña,¹⁰ o Spot es una “forma compacta en radio que se caracteriza por el hecho de ser breve, repetible y sin relación con la programación en la cual se inserta, por lo que sus contenidos pueden ser emitidos en cualquier momento de la emisión sin perder validez”.

10

Recuperado en
(<http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/version/v1/accesibilidad.php?c=&inc=radio&blk=6&pag=7>)

Es un mensaje pre-grabado cuya duración oscila entre los 15 a los 60 segundos, por lo cual debimos ser estratégicas a la hora de simplificar la información compleja que surgió de las instancias de taller para plasmarla en los guiones técnicos.

En el interior de los spot, se exploran y potencian “todos los subsistemas semióticos que configuran el lenguaje radiofónico (palabra, música, efectos sonoros e incluso, silencio)...” (Ramos, P. 2013. P.105); en nuestro caso usamos el **paisaje sonoro** para ubicar al oyente en un escenario que abre la narración y diferentes **testimonios** para dar veracidad y verosimilitud a las escenas y dramatizaciones propuestas.

3.2.1 Lenguaje y recursos sonoros

El lenguaje radiofónico para Pablo Ramos “permite que un emisor, mediante un conjunto de principios constructivos sonoros (palabra, música y efectos) y no-sonoros (silencio), transmita informaciones, ideas, sentimientos y sensaciones a un receptor” (Ramos, P. 2013. p.105). Donde todos sus componentes se combinan y confluyen para construir imágenes auditivas en la mente de los y las radio-oyentes.

La **palabra oral** tiene ese rasgo particular y único de acercarnos unos a otros de la manera más íntima y directa. Es evocadora de imágenes, sensaciones, recuerdos y sentimientos. La oralidad nos reubica en nuestra condición humana, porque antes de escribir, aprendimos a hablar. La tradición de transmitir saberes de generación en generación a través de la oralidad, refuerza nuestra capacidad de comunicarnos dialógicamente y así, mantener la memoria colectiva permeable y activa.

La **música** es indisociable del carácter masivo del medio radiofónico, siguiendo a Pablo Ramos “Música y radio se fusionan para atrapar la atención de las audiencias que navegan por el dial” (Ramos, P. 2013. p.155). Es fundamental que la música complemente, refuerce y familiarice el contenido duro del mensaje construido para que a través de su escucha reiterada, logre fijarse en la mente de la audiencia, para de algún modo, facilitar y promover la reflexión.

El código lingüístico es el que predomina en la confección de los guiones para esta campaña radiofónica. Este código está asentado en la decisión de usar el testimonio, entendiendo como tal a las voces de las personas en tanto protagonistas del tema. En segundo lugar, los **efectos sonoros** buscan resaltar partes importantes dentro del texto interpretado y la musicalización cumple una función secundaria, en relación de complementariedad con la palabra hablada.

En tercer lugar los **paisajes sonoros** fueron concebidos a los fines de acercar el contexto a los y las oyentes, para producir identificación, familiaridad y fomentar una recepción empática de aquello sobre lo que hablan los spots.

3.2.2 Estructura y estilo de la Campaña: duración y cantidad de piezas.

La estructura y el estilo narrativo de la campaña, van de la mano, son indisolubles. La estructura está pensada como un todo y a la vez, es la suma de sus partes la que otorga un sentido unificador, contemplando los diferentes niveles de comprensión del tema que las audiencias tienen o tendrán luego de escuchar el producto.

En función de la estructura, creamos un estilo narrativo propio que exprese a través de los testimonios y las intervenciones de las propias trabajadoras sexuales, la fuerza y la potencia que el lenguaje radiofónico tiene cuando se propone interpelar a un otro.

En consecuencia, la campaña está compuesta por cuatro piezas sonoras. La duración de cada una es breve, para facilitar la escucha atenta y la fijación de la propuesta. Por otro lado, al ser fácilmente insertables en las programaciones de las emisoras es que la escucha se vuelve rotativa. Las condiciones de recepción hoy por hoy representan para nosotras una ventaja significativa: se puede escuchar radio desde dispositivos móviles, desde un vehículo o a través de un aparato transmisor y en el trabajo, en los hogares, en la calle; esto permite que el contenido se viralice con mayor rapidez.

3.2.3 Frecuencia/ Periodicidad de la emisión.

A partir de las respuestas que obtuvimos mediante las Encuestas exploratorias a las emisoras, determinamos que los horarios Mainstream de las mismas son, la media mañana (de 9 a 14 horas) y la tarde (de 17 a 21 horas). Por ello, la frecuencia de emisión está planificada de la siguiente manera: que se emitan una cantidad de 8 spots por día, dividiendo 4 veces en el horario prime time de la mañana (cada una hora durante las tandas publicitarias) y otras 4 veces por la tarde (de la misma manera que a la mañana). A su vez, también definimos que la duración de la campaña debía extenderse a tres meses, por el bajo nivel de tratamiento que existe sobre el tema, sobre el cual hacemos énfasis a lo largo de este trabajo.

A su vez la campaña queda a disposición de ser utilizada para aquellos programas o columnas con perspectiva de géneros que deseen abordar, profundizar o complementar sus propias agendas. Y posiblemente en un futuro próximo, que sea replicada en otros espacios, programas, plataformas y emisoras de otro tipo que sientan la necesidad de apropiarse del producto, siempre teniendo en cuenta que la fuente primaria a la que deberían acudir, sean las voces de las protagonistas.

3.2.4 Guiones

El guión de las piezas que componen la “Campaña por el reconocimiento de los derechos laborales de las trabajadoras sexuales” es la hoja de ruta sonora, el camino donde se acomodan todos los elementos del lenguaje radiofónico. Y en conjunto, todos los guiones son el corazón de nuestra tesis. La materialización del recorrido teórico y práctico que atravesamos como productoras de esta Campaña colectiva.

Para Pablo Ramos el guión es “la descripción cronológica de todos los elementos que intervienen en un programa radiofónico (...) un esquema detallado y preciso que incluye: el texto oral, la música, los efectos sonoros, pausas, indicaciones y el momento exacto en que ha de escucharse cada cosa” (Ramos, P. Los ciclos de la producción, P. 228).

A los fines de facilitarnos las tareas de grabación, edición y montaje de los audios, es que la estructura de los guiones debía ser sencilla y de fácil lectura tanto para la Locución profesional, como para las Voces protagonistas que suenan en las cuatro piezas. Para lograr este objetivo, los escribimos en forma de cuadro, dividiendo el contenido en cuatro columnas: Segmento, Texto lingüístico, efectos y música. La columna Segmento divide el desarrollo narrativo en cuatro momentos: Situación, Definición, Sello y Firma. La columna Texto lingüístico contiene las definiciones y los testimonios y la columna Música y efectos comprende la selección de cortinas, paisajes sonoros y efectos aplicados sobre las voces y efectos separadores de segmento.

A continuación, describiremos en líneas generales, qué función cumple cada momento:

- **Definición:** en todos los spots, la voz en off, define e informa sobre un estado de situación particular de manera unívoca. Tanto para dar cuenta de la existencia de un derecho y sus vulneraciones; así como también visibilizar el hecho de que las trabajadoras sexuales en Córdoba, están nucleadas en un sindicato de larga trayectoria.
- **Situación:** en esta parte, es donde las trabajadoras sexuales toman protagonismo, relatando situaciones subjetivas que corresponden a vivencias que en algún momento de sus vidas la mayoría han atravesado. Aquí también toma protagonismo la función puramente sensibilizadora de la campaña para generar que la audiencia “se ponga en los zapatos” de las trabajadoras, experimentando sensaciones de proximidad y cercanía con el contexto que el clima sonoro propone.

Los testimonios que se presentan al interior de las situaciones, son las **voces de las trabajadoras sexuales**, que de manera implícita establecen un diálogo con quien escucha del otro lado. No apelamos al diálogo explícito ya que la intención es que el público se sienta interpelado, directa o indirectamente a través de preguntas o afirmaciones.

- **Sello:** es una frase que cierra la idea trabajada en cada Spot. Tiene una función reiterativa con respecto a lo que las Definiciones establecen. Vuelve a nombrar de manera concisa en las voces de las protagonistas, la idea trabajada en cada spot. Se ideó de manera diferenciada para cada pieza particular, no es el mismo para todas, justamente porque la temática es compleja y no se puede abarcar todo en una sola frase.
- **Firma:** *“Somos un sindicato que lucha por el reconocimiento de los derechos laborales de les y las trabajadoras sexuales. Campaña Ammar-Córdoba”*; condensa el horizonte ideal de la campaña, es la misma en todos los Spot ya que pone el énfasis en la principal demanda de las T.S: que sus derechos laborales sean reconocidos tanto por la sociedad como por el Estado. A su vez, deja en claro quién es el legítimo emisor de la campaña: la organización AMMAR Córdoba.

Establecidas las anteriores características generales, exponemos los guiones.

1) Trabajo sexual es trabajo

Objetivo: Informar sobre la legalidad del trabajo sexual y representar la falta de reconocimiento del mismo como un Trabajo.

Argumento: los conceptos que componen este spot son, legalidad, autonomía y reconocimiento del trabajo sexual.

La Prostitución en Argentina de acuerdo lo establece la Constitución nacional en sus artículos 14 y 16, no es una actividad prohibida y/o penada por la ley. Se encuentra dentro de los márgenes legales en tanto el desarrollo del trabajo sexual autónomo no afecta a terceros y es un derecho humano básico: el derecho al trabajo en condiciones dignas e igualitarias que todo habitante de la nación tiene.

En la **situación** representamos a través del testimonio de las trabajadoras sexuales, que ejercen la actividad de manera voluntaria, libre y autónoma, sobre la falta de reconocimiento del trabajo sexual como trabajo en la sociedad ya que es una actividad ilícita pero el hecho de que el Estado no la reconozca en términos laborales, repercute desfavorablemente sobre las personas que la ejercen. Siendo éstas, perseguidas, estigmatizadas y empujadas hacia los límites de la marginación y clandestinidad social.

En este sentido, según los datos del “Informe de relevamiento sobre Trabajadoras Sexuales de la Ciudad de Córdoba”, la antigüedad de las trabajadoras sexuales “varía de entre 6 a 20 años. Sin embargo, se puede visibilizar que 30 de ellas lo ejercen hace más de 25 años.” (Informe de relevamiento. Trabajadoras Sexuales de la Ciudad de Córdoba .2018)

Destinatarios/as: Audiencia de radios comunitarias de la provincia de Córdoba nucleadas en la red Farco. Público en general.

Estrategia comunicacional: Testimonio de las trabajadoras sexuales.

Segmento	Texto lingüístico	Efecto	Música
		efecto- beap	
Situación	<p>VOZ 1: -- Hace 25 años que soy trabajadora sexual y sigo escuchando siempre que vendo mi cuerpo, ¿acaso no entienden que ofrezco un servicio?</p> <p>VOZ 2:--Hace 25 años que oculto mi trabajo a familia y amigos.</p> <p>VOZ 3:--Hace 25 años soy trabajadora sexual, y tengo otras opciones, pero lo sigo eligiendo.</p>		Paisaje sonoro urbano, pasos, murmullo, bocinas PPP (2´) y PAF.
		efecto- bongó	
Definición	VOZ 4: --El trabajo sexual es una actividad laboral que es legal y está permitida en Argentina. Es un derecho para las personas adultas que ofrezcan o demanden este servicio.		
Sello	<p>VOZ 5:--Yo elijo como cuando y de qué forma trabajar.</p> <p>--El trabajo sexual es trabajo</p>	Efecto megáfono sobre la voz.	Cortina “putas nunca yuta” PPP (2´) y PAF.
		efecto- rewind	
Firma	VOZ 5:--Somos un sindicato		Cortina AAINJA-

	<p>que lucha por el reconocimiento de los derechos laborales de les y las trabajadoras sexuales VOCES A CORO:--Campaña AMMAR Córdoba</p>		<p>AAINJALA PPP (2´´) y PAF.</p>
--	--	--	---

2) Por el derecho a decidir

Objetivo: interpelar y sensibilizar al público sobre el derecho de las t.s a elegir/decidir sobre sus propios cuerpos.

Argumento: los conceptos que aborda este Spot son: sexualidad, libertad, derechos. Todas las personas tenemos derecho¹¹ a “...disfrutar de una vida sexual elegida libremente, sin violencia, riesgos ni discriminación”. Sabiendo que los derechos sexuales están protegidos por la Constitución nacional, los tratados internacionales de derechos humanos y leyes nacionales derivadas de los mismos. Éste como tantos otros derechos de las T.S se encuentran vulnerados, con la adicional carga moral y estigmatizante que se reproduce en los discursos sociales, demostrando el prejuicio que se tiene en general sobre la decisión autónoma de las personas a trabajar ofreciendo un *servicio sexual*, dificultando nuevamente, el ejercicio libre de la actividad.

La **situación** representa las diferentes opciones laborales que son ejercidas en similares condiciones por distintas mujeres y que sin embargo se encuentran socialmente más aceptadas que el trabajo sexual, porque lo que se ofrecen son servicios sexuales. Pero en todos los trabajos se pone el cuerpo, solamente que no entran en juego los estigmas que pesan sobre la sexualidad.

La consigna expresada en el sello intenta proponer justamente lo contrario: “lo que hagamos con nuestro cuerpo es nuestra decisión” para reforzar el concepto de libertad de elección y abogar por el respeto del derecho de las t.s a trabajar como lo habilita la ley.

Destinatarios/as: público en general

Estrategia comunicacional: Paisaje sonoro y testimonios

¹¹Recuperado en: <https://www.argentina.gob.ar/salud/saludsexual/derechos>

Segmento	Texto lingüístico	Efecto	Música
		efecto- beap	
Situación	<p>VOZ 1: --Soy Paula, 5 de cada 7 días de la semana, no duermo en casa yo elijo ser empleada doméstica.</p> <p>VOZ 2: --Soy María, trabajo de noche y siempre vuelvo tarde a casa, yo elijo ser moza</p> <p>VOZ 3: --Soy Lidia, trabajo en distintos espacios usando la voz, yo elijo ser locutora</p> <p>VOZ 4: --Soy Claudia, trabajo en casa sin horarios fijos y de forma independiente, yo elijo ser trabajadora sexual ¿Y vos?</p>	<p>Efecto teclado en “yo elijo ser” entre VOZ 1 Y VOZ 2; entre VOZ 2 Y VOZ 3.</p>	<p>Paisaje sonoro cafetería, murmullo, risas, conversaciones. PPP (2´) y PAF.</p>
		efecto bongó	
Definición	VOZ 5:--Las trabajadoras sexuales tienen derecho a decidir sobre su cuerpo y su sexualidad, libres de estigma, miedo y discriminación		
Sello	VOZ 6:--El trabajo sexual autónomo es una opción, lo que hagamos con nuestro cuerpo es nuestra decisión	Efecto megáfono sobre la voz.	Cortina “gritos, megáfono y bombo” PPP (2´) y PAF.
		efecto rewind	
Firma	<p>VOZ 6:--Somos un sindicato que lucha por el reconocimiento de los derechos laborales de les y las trabajadoras sexuales</p> <p>VOCES A CORO:--Campaña AMMAR Córdoba</p>		Cortina AAINJA-AAINJALA PPP (2´) y PAF.

3) La organización visible

Objetivo: Visibilizar el proyecto político de la organización Ammar, informando sobre sus logros colectivos.

Argumento: Representar la importancia que la organización colectiva supone para el sector de las trabajadoras sexuales, como herramienta que les ha posibilitado el acceso a la salud, a la educación y al reconocimiento de sus propios derechos. Da cuenta de la existencia de Ammar Córdoba como un espacio abierto a la comunidad y de alguna manera es una invitación para aquellas personas que se dedican a lo mismo y aún no están afiliadas.

En la situación, los testimonios dan cuenta de los logros obtenidos gracias a la lucha colectiva -como sindicato y espacio de contención- desde los sentimientos que las trabajadoras expresan por pertenecer a AMMAR Córdoba.

Destinatarios/as: Público en general y Trabajadores/as Sexuales no afiliadas.

Estrategia comunicacional: Testimonios/ información institucional.

Segmento	Audio	Efecto	Cortina
		efecto- beap	
Situación	VOZ 1:--El primer logro de la organización fue tener voz propia. VOZ 2: --Que nadie más hable por nosotras. VOZ 3: --La organización es como la familia, me siento en mi lugar, me siento bien. VOZ 4:--La casita es contención. VOZ 5:Es sentirme aceptada, que me escuchen VOZ 4: Gracias al sindicato logramos que, no nos violenten más en la calle. Voz 6: No nos lleven más		Paisaje sonoro "interior organización Ammar, risas, barullo" PPP (2´) y PAF.

	<p>presas y derogamos el artículo 45 del código de faltas.</p> <p>VOZ 4: Ammar es todo</p> <p>VOZ 5: pude estudiar, formarme, conocer mis derechos.</p>		
		efecto bongó	
Definición	<p>VOZ 7:--Ammar Córdoba es el sindicato de trabajadoras sexuales.</p> <p>Desde hace 20 años, el sindicato defiende los derechos laborales y de acceso a la salud y a la educación de sus afiliades</p>		
Sello	<p>VOZ 8:--Las trabajadoras sexuales estamos organizadas para hacer valer nuestros derechos humanos</p>	Efecto megáfono sobre la voz.	<p>Cortina "Mujer escucha únete a la lucha" PPP (2´) y PAF.</p>
		efecto rewind	
Firma	<p>VOZ 8:--Somos un sindicato que lucha por el reconocimiento de los derechos laborales de les y las trabajadoras sexuales</p> <p>VOCES A CORO:--</p> <p>Campaña AMMAR Córdoba</p>		<p>Cortina AAINJA-AAINJALA PPP (2´) y PAF.</p>

4) Acompañar la lucha

Objetivo: Informar y sensibilizar sobre las condiciones de precarización laboral de las T.S para que puedan conquistar los derechos que el Estado debe garantizar como obra social y jubilación

Argumento: las dimensiones que aborda este spot son precarización, derechos laborales (Jubilación y obra social) y políticas públicas (estatales).

La función del **paisaje sonoro** es colocar a quién está escuchando en escena, en ambiente, a los fines de generar empatía con la situación representada, para que pueda identificarse automáticamente con su propia (o no) condición de trabajador/a precarizado/a. Una vez logrado ese efecto, propone pensar al trabajo sexual como un trabajo precarizado e informal como consecuencia del sistema capitalista en el que vivimos.

Para lograr el impacto necesario, recurrimos nuevamente a los testimonios de las trabajadoras sexuales; para consignar tres cuestiones: 1) que pertenecen a la clase trabajadora 2) que son mujeres trabajadoras precarizadas "...teniendo en cuenta que en el 62,9% de los casos la frecuencia laboral es de lunes a lunes y en un 92% no cuentan con ningún otro tipo de trabajo, prevaleciendo el mismo modo, el trabajo dentro del mercado informal en un 88,9%." (Relevamiento de Trabajadoras sexuales callejeras. 2018) y 3) que la demanda más urgente es que todas las TS -pero sobre todo las mayores- puedan jubilarse y acceder a la seguridad social, porque "la mayoría de las trabajadoras sexuales, se encuentran trabajando exclusivamente de esta actividad, todos los días de la semana y hace más de 10 años, sin haber realizado nunca aportes jubilatorios. Incluso aquellas que lo realizan desde hace más de 25 años, no han podido acceder al derecho de la seguridad social" (Relevamiento de Trabajadoras sexuales callejeras. 2018).

A través de la sensibilización, este spot apela a que la sociedad acompañe y el estado garantice los derechos que le faltan tanto a las TS como a toda la clase trabajadora, porque en definitiva, el reclamo y las necesidades insatisfechas son las mismas.

Destinatarios/as: Público en general.

Estrategia comunicacional: Paisaje sonoro- Testimonios

Segmento	Audio	Efecto	Cortina
		efecto- beap	
Situación	VOZ 1: --Somos parte de la clase trabajadora y por eso necesitamos protección y seguridad social. VOZ 2:--Trabajamos toda la		Paisaje sonoro marcha piquetera, bocina de goma, cánticos, PPP (2´) y PAF.

	<p>vida sin ser reconocidas como trabajadoras, y algunas de nosotras ya estamos grandes y cansadas.</p> <p>VOZ 3: --Hemos logrado muchas cosas, ahora creemos que es urgente tener acceso a la salud y a una jubilación digna.</p>		
		efecto bongó	
Definición	<p>VOZ 4:--Las trabajadoras sexuales, también son trabajadoras precarizadas. El estado debe garantizar políticas públicas de inclusión social que mejoren su calidad de vida.</p>		
Sello	<p>VOZ 5: --Hablar de trabajo sexual es hablar de derechos. ¡Vamos por la obra social y la jubilación!</p>	efecto megáfono sobre la voz	Cortina “mujeres unidas jamás serán vencidas” PPP (2’’) y PAF.
		efecto rewind	
Firma	<p>VOZ 5:--Somos un sindicato que lucha por el reconocimiento de los derechos laborales de les y las trabajadoras sexuales</p> <p>VOCES A CORO:--Campaña AMMAR Córdoba</p>		Cortina AAINJA-AAINJALA PPP (2’’) y PAF.

REALIZACIÓN

3.3.2 Consideraciones sobre la grabación y el montaje.

La Campaña Ammar con Voz Propia, como bien lo refleja su nombre, está compuesta principalmente por múltiples voces protagonistas. Fueron diez las trabajadoras sexuales que participaron en la etapa de grabación que tuvo lugar en el propio Sindicato. Así, muchas de ellas pudieron sentirse en confianza y en comodidad para poder transmitir en cada frase la mayor verosimilitud posible, guiada y acompañada por nuestras sugerencias. La selección definitiva de las voces tuvo que ver, primordialmente, con la credibilidad de lo enunciado, además del estilo y la narración.

Si bien ninguna voz quedó afuera, hubo algunas que pudieron interpretar de manera acertada más de una **situación** propuesta, (por las mencionadas razones), y fue así que optamos por incluirlas repetidas veces en comparación con otras. El **sello** en cambio, fue grabado por cuatro voces; la selección definitiva se basó en considerar quien de todas pudo expresar mejor cada frase, teniendo en cuenta la claridad, el brillo y la intensidad de la voz. Las **definiciones** fueron grabadas por tres voces; dos de ellas, trabajadoras sexuales, y la restante por una compañera de la FCC, Melina Quiña, en el gabinete de la institución. Luego de repetidas escuchas, elegimos la voz de la compañera, ya que sobresalía en cada pieza sonora por diferenciarse de las voces testimoniales (trabajadoras sexuales) y porque además, son las definiciones las que otorgan datos objetivos y unívocos sobre la temática abordada.

La **firma** fue el último elemento de grabación; se seleccionó para la primera frase, la misma voz testimonial del sello por su claridad y porque es una voz referencial y legitimada dentro y fuera de la organización. La segunda frase fue grabada reiteradas veces, porque el objetivo fue generar un coro “natural” con la participación de más de diez voces testimoniales. La calidad de la grabación se la debemos fundamentalmente a la colaboración de nuestro técnico-editor, en facilitarnos por un lado, los equipos, y por el otro, haber puesto su creatividad en la realización de la campaña siguiendo las especificaciones de los guiones técnicos y nuestra asistencia en cada una de las etapas de la post-producción.

Posteriormente, hicimos un arduo trabajo de minutado y selección de las voces y frases definitivas para corroborar tanto el tiempo previsto como el funcionamiento efectivo de los guiones literarios. Una vez listos los recortes de la grabación total, emprendimos la búsqueda de aquellos elementos del lenguaje sonoro (efectos, paisajes sonoros y cortinas) que pudiesen complementar, reforzar y destacar los rasgos de las voces, para que nuestro editor Leandro Sánchez pudiera ensamblar las partes y presentar una primera maqueta de las piezas sonoras.

La etapa de edición y montaje se efectuó a través del programa Adobe Audition, que es un software de interfaz simple que cuenta con un bastidor de efectos amplio y permite editar cada parte por separado, regulando volúmenes, intensidad y saturación del sonido; como así también posibilita trabajar en formato multipista, para poder ensamblar los elementos en una misma sesión de trabajo. Se utilizó el mismo programa tanto para las maquetas como para los audios finales.

Los paisajes sonoros son creaciones propias a partir de la escucha y selección de los elementos claves que componen cada **situación**, y cuya función es principalmente expresiva, porque ambientan y crean climas en todas las piezas; por ejemplo cuando recreamos el ambiente urbano, o cuando recreamos un ambiente de marcha y movilización. Los efectos sonoros que separan los segmentos de las piezas, fueron escogidos en función de la dimensión estética del mensaje, para reforzar la expresividad de la narración y el carácter combativo, alegre y empoderado de la organización AMMAR Córdoba; por lo cual desarrollan una función narrativa por ser el nexo que auxilia a la palabra radiofónica. La cortina musical de la **firma** también cumple una función expresiva ya que ambienta y crea un clima de lucha que es colectiva y festiva.

De esta forma, en la Campaña Ammar con Voz Propia, explotamos al máximo las posibilidades estéticas de todos los elementos del lenguaje radiofónico y valoramos especialmente el rol narrativo y la estética del contenido.



CONSIDERACIONES FINALES



El presente trabajo final ha podido responder tanto a los objetivos generales planteados como así también a los objetivos específicos.

En cuanto a los objetivos generales, el primero de ellos, contribuir a la visibilidad de la problemática del trabajo sexual y al reconocimiento de los derechos laborales de las trabajadoras sexuales adheridas al sindicato AMMAR Córdoba; el segundo objetivo general, producir y realizar una campaña radiofónica para informar sobre el trabajo sexual autónomo y sensibilizar a las audiencias sobre el ejercicio pleno de los derechos laborales de las TS, decimos que se pudieron cumplir mediante varias acciones realizadas que a su vez fueron profundizando el desarrollo de esta tesis.

Las acciones orientadas a cumplir el primer objetivo general, se centraron en la búsqueda de información fiable y confiable -de primera mano- sobre la temática. En este sentido, efectuamos la búsqueda de antecedentes, que pudieran dar cuenta del tipo de abordaje, teórico y periodístico que se ha hecho sobre la misma. En este punto, dimos con el libro elaborado y editado por las trabajadoras sexuales de AMMAR, "Parate en mi esquina" que, con argumentos suficientes, intenta positivizar las imágenes negativas que se tienen sobre las trabajadoras y aboga por el reconocimiento de sus derechos laborales en tanto son parte de la clase trabajadora.

Las acciones orientadas a cumplir el segundo objetivo general, se encaminaron hacia el establecimiento de vínculos interpersonales con las referentas de la organización AMMAR. Vínculos que pudieron ser sostenidos y se fueron afianzando con el correr del tiempo. Cabe aclarar aquí, que este trabajo final, es el resultado de dos años de trabajo con la organización, con las ventajas y desventajas que los tiempos institucionales acarrearón para nosotras.

En cuanto a los objetivos específicos, el primero, indagar sobre el trabajo sexual en el marco de los estudios de género para dar cuenta de la relación que mantienen las dimensiones jurídica, social y laboral de la temática. El segundo, relevar las demandas de la organización AMMAR Córdoba a través de un proceso de comunicación-participación. Y el tercero, aportar a las radios comunitarias cordobesas un producto sonoro inclusivo que divulgue las voces de las trabajadoras sexuales en radios comunitarias cordobesas de la Red FARCO. Establecemos que las acciones que se realizaron se fueron entramando de manera tal que se pudo responder tanto a cada uno de los objetivos por separado, pero también generando una integridad para dar soporte a los objetivos generales.

Para cumplir con el primer objetivo, debimos profundizar y ajustar las lecturas, ya que el campo de producción de conocimiento sobre la temática es vasto y hasta contradictorio en algún punto. De modo que, usamos como guía el libro anteriormente mencionado, para complementar con otras lecturas que de manera simplificada pero precisa, pudieran dar cuenta de las relaciones que se entablan entre las normativas que regulan el trabajo sexual,

el carácter estereotipado y discriminatorio que el significante “trabajo sexual” acarrea en el conjunto de la sociedad y las consecuencias que ambos tienen para la vida de las personas trabajadoras sexuales, que hasta el día de hoy, continúan peleando por conquistar los mismos derechos laborales. Se concluye entonces, que es un problema de índole social, por el peso de los estigmas y de la moral sexual; es un problema jurídico porque se encuentran expuestas a un vacío normativo que las excluye como sujetas políticas, están a merced de las voluntades políticas de turno; y es un problema laboral porque aún no se reconoce que el sexo comercial, es un trabajo.

Para cumplir con el segundo objetivo, indagamos acerca de cuál era la metodología adecuada para poder llevar a cabo el relevamiento. Aquí decidimos que lo mejor era realizar encuentros donde pudiéramos primero, conocer a las integrantes de la organización, escuchar sus historias y compartir experiencias para luego proponerles producir los contenidos de la campaña, en conjunto.

Para cumplir con el tercer objetivo, establecimos contacto con nuestras audiencias destinatarias y para ello, elaboramos unos cuestionarios que enviamos a las emisoras seleccionadas, para saber el nivel de aparición y tratamiento de la temática en un primer momento, para luego proponerles la acción de difundir nuestra campaña en sus programaciones.

Destacamos que las acciones que dieron respuesta a los objetivos específicos se fueron interrelacionando (entramando) durante la práctica en el campo, dando a su vez un mayor soporte para responder a los objetivos generales.

En la práctica se interrelacionaron de manera permanente, es decir, a medida que íbamos investigando teóricamente, íbamos constatando el nivel de relación de aquello que leíamos (nos preguntábamos y repreguntábamos) con lo que iba aconteciendo en el transcurso de nuestro trabajo territorial. Desde pedir una reunión con las referentas y que se concretase, hasta tener que reprogramar actividades y encuentros por las necesidades urgentes que hacen al funcionamiento de una organización de esta magnitud, donde el movimiento es permanente y a veces el tiempo para la pausa y la reflexión es desplazado por la cotidianeidad.

La coordinación de las instancias de encuentro y el proceso de producción de la campaña radiofónica se efectuaron de manera paralela, ya que a medida que obtuvimos los datos “duros” y “frescos” de los encuentros, los sistematizamos para sacar “en limpio” aquellos aspectos que consideramos centrales para elaborar el contenido de las piezas que se divulgarán en las emisoras. A la vez, tuvimos instancias de intercambio y discusión con nuestras directoras, para poder revelar aspectos que quedaban por fuera de nuestro análisis, en este punto por ejemplo, la cantidad de piezas que produjimos fue variando a lo largo de todo el proceso.

Primero iban a ser tres piezas, que abordaban la temática de una manera demasiado general, entonces, para no generar demasiado conflicto conceptual a la audiencia, acordamos que fueran cinco; pero cuando elaboramos los guiones, nos dimos cuenta que una de las piezas se escapaba de nuestro alcance, ya que abordaba la cuestión de género y sexualidades diversas hacia el interior del colectivo de trabajadorxs sexuales, abriendo un abanico de interpretaciones, que se desviaba del objetivo principal de la campaña: establecer que el trabajo sexual es una actividad laboral legal y lícita y que las personas que lo ejercen están siendo vulneradas en el goce de sus derechos.

A lo cual, finalmente decidimos que iban a ser cuatro piezas, en orden de complejidades ascendentes pero siempre centradas en lo fundamental de este trabajo: la transversalidad de la comunicación participativa, que las voces en primera persona de las trabajadoras sexuales sean el corazón de los spots.

Sentir que lo logramos, sentirnos felices, sabernos compañeras. Ese es el mayor aprendizaje que nos llevamos de este proceso que inició, con sus idas y vueltas, hace más de dos años; cuando aún no sabíamos que este iba a ser nuestro trabajo final. Siempre sentimos interés por abordar temas que tuvieran que ver con el género y los feminismos, y cuando comprendimos que las trabajadoras sexuales eran un sector ninguneado y relegado hacia el interior del movimiento feminista, decidimos que era momento de hacer algo al respecto, pensar de qué manera nuestros conocimientos y aprendizajes se pudieran complementar con la militancia de AMMAR Córdoba, para generar una herramienta práctica, que de algún modo concretice tanta abstracción teórica que hay producida sobre el tema. Porque a decir verdad, creemos que la teoría sirve, si está bien aplicada, si posibilita actuar sobre una realidad concreta, si cuestiona el orden establecido, si moviliza los presupuestos, los preconceptos y desarma los prejuicios que tenemos, porque si no se vuelve endógena, encorsetada en la academia.

Abordamos el trabajo sexual autónomo desde una perspectiva participativa, de género y derechos a través de la práctica, que nos permitió establecer relaciones interpersonales con las personas que viven cotidianamente las consecuencias directas de la opresión, la exclusión y el no-acceso a la palabra en los medios de comunicación. En este sentido, la estrategia de acción participativa, como un juego dinámico, reflexivo y empoderador nos permitió tensionar los modos de producción del conocimiento, del “supuesto saber” largamente aprehendido desde lógicas verticalistas, cerradas y jerarquizadas, para ceder la palabra, construir comunicación en comunidad, en conjunto, con el otro, con la otra, con los otros. Porque “un buen comunicador debe saber escuchar antes que hablar”, si creemos que es posible subvertir las asimetrías.

Nosotras abogamos por el derecho a la autodeterminación de los y las sujetas que componemos esta sociedad profundamente atravesada por patrones cíclicos, violencias

múltiples, normas morales, éticas y religiosas que más que ampliar libertades, recortan derechos. Una sociedad que no deja de repetirse a sí misma cuando de no cuestionar el statu-quo -la heteronorma, el orden socio-hetero-sexual obligatorio- se trata. Un orden que se seguirá perpetuando y anquilosando en lo profundo de la memoria colectiva, a menos de que pongamos las estrategias de producción de contenidos, en manos del pueblo. De eso se trata la praxis que repetidas veces los y las comunicadoras queremos desarrollar como una cualidad intrínseca de todo proceso de generación de conocimientos nuevos, transformadores, interpeladores. Cuestionar el deber ser y el pertenecer en el mismo acto de estar debiendo ser y estar perteneciendo a este mundo, a este orden social, a esta cultura machista, capitalista y patriarcal.

Es necesario inscribir estas tensiones en términos de lo instituido y lo instituyente. Lo instituido es el patriarcado, es la naturalización de la violencia de género, es la estigmatización hacia las minorías sexuales, es el sistema capitalista, es la precarización laboral, es la falta de derechos garantizados en la democracia. Lo instituyente es la perspectiva de géneros transversalizada en todas las instituciones de la sociedad civil y política, en los medios de comunicación -tanto hegemónicos como alternativos-, es hablar de sexualidad abiertamente, es romper tabúes y prejuicios, es quebrar las barreras morales impuestas a nuestros comportamientos.

En este sentido, nuestra campaña radiofónica es instituyente. Es un micro aporte, es una tecnología comunicativa que esperamos sea divulgada, replicada y complementada con otros formatos mediáticos, gráficos, audiovisuales y otros formatos radiofónicos también. Esperamos que este aporte no quede aquí, que salga a la sociedad, que se escuche, que incomode, que interpele, que sensibilice, que cuestione.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía citada:

- AAVV (2019) "*Feminismos, Género y Patriarcado, de Alda Facio*". Material de lectura del Taller "La pluma es más poderosa que la espada. Las construcciones y de-construcciones de género en la literatura.", dictado por miembros del equipo "Géneros, cuerpos y afectos. Los procesos de subjetivación en la literatura y otras artes" radicado en el Centro de Investigaciones de la FFyH, UNC, el día 09/03/2019. Alta Gracia, Córdoba.
- Agencia FARCO, (Foro Argentino de Radios Comunitarias). url: <https://www.farco.org.ar/>. Consultado el 3/09/2019.
- Allione Riba, G, Arzeno Gardella, M.A. y Chiavassa, P. 2017. *Dos miradas contrapuestas del comercio sexual en Villa María (Córdoba)*. Ed. Universidad Nacional de Villa María.
- Aravena, E, Pereyra, L.V, Sánchez L. J, Vaggione, J.M (Comps.) 2015. *Parate en mi esquina: aportes para el reconocimiento del trabajo sexual. Introducción*. Ed. Filosofía y Humanidades, UNC. Córdoba.
- Avalle, G. 2015. *Esa puta dignidad que se organiza y lucha*. en Aravena, E [et.al] *Parate en mi esquina: aportes para el reconocimiento del trabajo sexual*. p.69. Ed. FFyH de la UNC. Córdoba.
- Babiker, S, Chaher, S (comps.) 2016. *Comunicación, género y derechos humanos*. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Comunicación para la Igualdad Ediciones. Libro digital, PDF
- Ballesteros López, T. 2008. *Campañas radiofónicas*. Managua, Nicaragua.
- Behrens de la Canal, A., Ferreyra Flores, M., Sánchez, M. S.2018. *Informe relevamiento. Trabajadoras sexuales de la ciudad de Córdoba*. Facultad de Ciencias Sociales- Carrera de Trabajo Social, UNC.
- Becerra, M. 13/02/2012. *Los medios, reflejo, recorte o relato*. <https://martinbecerra.wordpress.com/2012/02/13/los-medios-reflejo-recorte-o-relato/> Consultado el 10/06/2019.
- Busquier, L. 23/04/2018. *Trabajo sexual en Córdoba: biopolítica, sexo y cuerpos. La ley de Profilaxis de las enfermedades venéreas: el papel de la prensa y del Estado en la construcción de los cuerpos de las prostitutas en 1938*. Revista Interdisciplinaria De Estudios De Género De El Colegio De México, Número 2018 <https://estudiosdegenero.colmex.mx/index.php/eq/article/view/175/156#B9> Consultado el 20/04/2019.

- Chaher, S [et.al]. 2014. *Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: un largo camino por recorrer*. Ed. Eudeba-Ciudad Autónoma de Buenos Aires.p.20.
- Chaer, S y Pedraza, V, 2016. *Informe “Violencia de género y políticas públicas en comunicación”*. Ed. FUNDEPS y Comunicar igualdad. pp.16-29.
- Código de Convivencia Ciudadana de la Provincia de Córdoba. Boletín Oficial de la Provincia de Córdoba, lunes 28 de marzo de 2016, Año CIII - Tomo DCXV, N° 61, Córdoba, Argentina. Pp. 5. URL: http://boletinoficial.cba.gov.ar/wp-content/4p96humuzp/2016/03/1_Secc_28032016.pdf.
- Código de Faltas de la Provincia de Córdoba. Texto Ordenado 2007, Libro I. pp. 11-12. url: <http://www.faltasregional.org.ar/archivos/doctrina/codigopciacba.doc>
- Córdoba, L. [s.f.] 03/11/2014. *Espacio público y mediatización: aportes para un abordaje sociopolítico*. Córdoba, Argentina.
- Del Valle, C. 2007. *Comunicación participativa: aproximaciones desde América Latina*. Revista Redes N° 4. ISSN 1696-2079.
- Despentés, V. 2018. *Teoría King Kong*. 2da edición. Ed. Literatura Random House. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. p. 92
- Fassi, M. 2012. *Discursos y leyes sobre prostitución/trabajo sexual*. En J. Morán.
- Fassi, M.N. 2015. *Por un derecho con derechos. El reclamo de las trabajadoras sexuales por una legislación contextual y participativa*, en Aravena, E [et.al] *Parate en mi esquina: aportes para el reconocimiento del trabajo sexual*. pp.220-239. Ed. FFyH. UNC. Córdoba.
- Fundación SURT. [s.f.] *Maleta Pedagógica: Un equipaje para la interculturalidad*- Texto de apoyo, Módulo 3: Ciudadanía. Construyendo ciudadanía y participación. p. 11. url: <http://www.surt.org/maletaintercultural/index.php?vlq=0&vmd=2>. Consultado el 25/09/2019.
- Flores, V. 2015. *Impropio*. en Aravena, E [et.al] *Parate en mi esquina: aportes para el reconocimiento del trabajo sexual*. pp.136-153. Ed. FFyH de la UNC. Córdoba.
- Gumucio Dagrón, A. 2001. *Haciendo olas: historias de comunicación participativa para el cambio social*. Plural (Ed.) La Paz, Bolivia.
- Hopenhayn, M. 2000. *Ciudadanía e igualdad social: la ecuación pendiente*. Reflexión Política, vol. 2, núm. 3, junio, 2000.Universidad Autónoma de Bucaramanga. Bucaramanga, Colombia.
- Jelin, E. 1996. *Las Mujeres y la cultura ciudadana en América Latina*. UBA - CONICET Buenos Aires, Argentina.
- Kaplún, M.2002. *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular): La actitud de comunicar*. La Habana: Ed. Caminos.

- Ley Nacional N° 26.485/09. Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales.
- Ley Nacional N° 12.331/36. Profilaxis de las Enfermedades Venéreas. Arts. 15.17.
- López Vigil, J.I 1997 .*MANUAL URGENTE PARA RADIALISTAS APASIONADOS*. Registro derecho autoral N° 020044. Quito, Ecuador.
- Martí, J. [s.f.] *La investigación-acción participativa. Estructura y Fases*. Universidad Complutense de Madrid, España.
- Martínez Toledo, Yanet, 2007. *Comunicación alternativa. Comunicación popular. Los caminos de la transformación social desde los movimientos sociales*. Pasos (núm. 131 mayo-jun. 2007). P.38-41. DEI, Departamento Ecuménico de Investigaciones- Compilador/a. url: http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Costa_Rica/dei/20120706012631/comunicacion.pdf
- Mata, M.C.1988. *Comunicación popular: de la exclusión a la presencia*. Ed. Mimeo. Córdoba.
- Miller, A. 2018. *La Guía Responsable Para Hablar del Trabajo Sexual en los Medios*. Madrid, España.
- Morales, P. [s.f.] .*Violencia mediática y discurso periodístico: Las sutiles violencias mediatizadas*. En Red Nosotras en el mundo, AMARC Argentina <http://amarcargentina.org/formacion/violencia-mediatica/> Consultado el 4/05/2019.
- Moreno Balaguer, R. [s.f.] *Manual de lenguaje no sexista*. ACSUR, Las Segovias (Ed.). p. 2. Madrid, España.
- Ortiz y Marchamalo en Giró, E. 2013 *Vocación de radio: procesos de producción*. p. 101. Ed. Brujas, Córdoba.
- Pereyra, M.B. [s.f.] *Producción de campañas radiofónicas*. Recensión de la cátedra de producción radiofónica. FCC, UNC.
- Ramos, P. 2016. *Políticas de Programación Radiofónicas*. p.15. Córdoba, Argentina.
- Ramos, P. 2013. *Los ciclos de la producción*. En Sanguinetti, S, Pereyra, M [Comps.] 2013. *Vocación de radio: procesos de producción*. pp.81-85. Ed. Brujas. Córdoba.
- Ramos, P. 2013. *El lenguaje radiofónico*. En Sanguinetti, S, Pereyra, M [Comps.] 2013. *Vocación de radio: procesos de producción*. pp.105-112. Ed. Brujas. Córdoba.
- RedTraSex. 2014. *Guía para el abordaje periodístico del trabajo sexual y las trabajadoras sexuales*. Latinoamérica y el Caribe.
- Rodero Antón, E. [s.f.] *Producción Radiofónica. Primera Parte: Concepción de la Producción Radiofónica*. PDF.

- Sanguinetti, S, Pereyra, M [comps.] 2013. *Vocación de radio: procesos de producción*. Ed. Brujas. Córdoba.
- Serrano, M. 2012. *Nosotras que nos queremos tanto*. p.85. Ed. Aguilar.
- Sodré, 1998, p. 30. En Giraldo Ramírez, M.E, *De la cultura de masas a la cultura mediática un análisis de los media desde la comunicación*. Revista ANAGRAMAS vol. 4, núm. 7 pp. 91-114.
- Tommasino, H. 2019. Sitio Web de la Udelar. Uruguay.
- Uranga, W. 2009. *El sentido de las técnicas en el diagnóstico desde la comunicación. Algunos ejemplos y propuestas para trabajar*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. La plata, Buenos Aires.

Bibliografía consultada:

- Arguello, D. A., Arismendi Videla, C., Strasorier, F. (2016) *Habitantas, Campaña para caminar más seguras por la calle*. Trabajo Final de grado para la Licenciatura en Comunicación Social. Facultad de Ciencias de la Comunicación. UNC.
- Faúndes, M. Sgr  Ruata y J. M. Vaggione (Eds.). *Sexualidades, desigualdades y derechos: Reflexiones en torno a los derechos sexuales y reproductivos* (pp. 337-362) Córdoba. Ed. Ciencia, Derecho y Sociedad.
- Ladydo, N. L., Schneider, L. D., (2014-2016) *La constitución del sujeto colectivo y procesos identificatorios en AMMAR - RRTS*. Trabajo Final de grado para la Licenciatura en Comunicación Social. Facultad de Ciencias de la Comunicación. UNC.
- Normas APA. 2019. <https://apastyle.apa.org>.
- Morcillo, S, Justo Von Lurzer, C. *Mujeres públicas y sexo clandestino*. [https://www.academia.edu/30707873/ Mujeres públicas y sexo clandestino. Ambig dades en la normativa legal sobre prostitución en Argentina](https://www.academia.edu/30707873/Mujeres_p blicas_y sexo clandestino. Ambig dades en la normativa legal sobre prostitución en Argentina) Consultado el 10/04/2019.
- Portal de noticias Gobierno de la provincia de Córdoba.7/07/2016. *Primer convenio entre AMMAR, Seguridad y Derechos Humanos*. <http://prensa.cba.gov.ar/gobierno/primer-convenio-entre-amm-ar-seguridad-y-derechos-humanos/> Consultado el 17/09/2019.
- RedTraSex, [s.f.] *El trabajo sexual y la violencia institucional: vulneración de derechos y abuso de poder. Investigación con mujeres trabajadoras sexuales de 14 países de Latinoamérica y el Caribe*. Ammar Argentina. https://www.ammar.org.ar/IMG/pdf/informe_violencia_institucional_amm-ar_argentina-2.pdf . Consultado el 03/09/2019.

- **ANEXOS**

Este apartado contiene:

- Antecedentes sonoros de la campaña por la derogación del art.45 del Código de Faltas realizada por AMMAR CÓRDOBA y la red por el reconocimiento del trabajo sexual.
- Encuestas Exploratorias a las emisoras seleccionadas, completas. Google Forms. 1) Programaciones de radios comunitarias; 2) Ideario de las emisoras; 3) Semblanza de audiencia modelo.
- Registro en formato audio y fotográfico de las instancias participativas.
 - 1) Primer taller “¿Que ves cuando me ves?” en formato Audio-Fotos.
 - 2) Segundo taller en AMMAR: “Tomando la palabra” en formato Audio-Fotos.
 - 3) ENTS (Encuentro Nacional de Trabajadores Sexuales) en AMMAR CÓRDOBA, “Ni abolicionismo, ni regulacionismo. Otro AMMAR es posible.” En formato Audio-Fotos.



Cuidemos la
casita de ammar



SINDICATO
DE
MUJERES
TRABAJADORAS
SEXUALES



FCC

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

