

INCIDENCIA POLÍTICA DE LAS CAMPAÑAS CONTRA LA TRATA: UN RELATO CONTROVERTIDO

Dra. Vanesa Saiz-Echezarreta, Dra. María-Cruz Alvarado y Dra. Paulina Gómez-Lorenzini

<https://doi.org/10.3916/C55-2018-03>

INTRODUCCIÓN

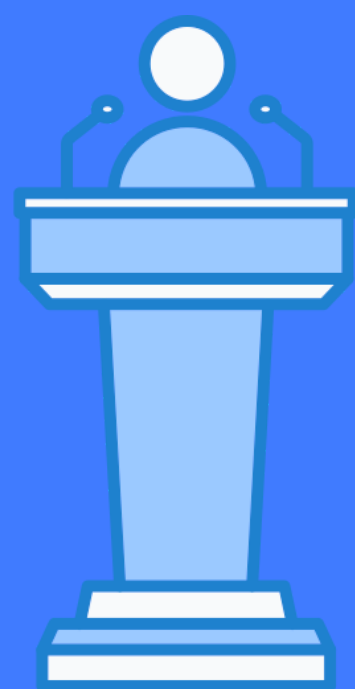
- En la última década, en España el tráfico y la trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual se ha institucionalizado simbólicamente como un fenómeno que ejemplifica las desigualdades globales de género y que requiere mayor atención social.
- El objetivo del artículo es analizar las campañas contra la trata de personas con fines de explotación sexual en España (2008-2017) .

METODOLOGÍA

Técnicas etnográficas y análisis socio-semiótico del discurso

- ✓ La estrategia «follow the conflict»
- ✓ Análisis centrado en los mensajes publicitarios gráficos y audiovisuales.
- ✓ Análisis de contenido mixto
- ✓ Análisis semiótico

El propósito es evidenciar los focos de atención que prevalecen en las representaciones de esta realidad, a modo de un primer diagnóstico que permita evaluar la orientación ideológica y moral de las propuestas institucionales, e identificar claves para orientar acciones futuras.



RESULTADOS

Emisores más frecuentes

Los emisores más frecuentes de las campañas son las Comunidades Autónomas (22) y los Ayuntamientos (18)

Uso de la publicidad

Las instituciones con mayor sistematicidad en el uso de la publicidad son el Ayuntamiento de Sevilla (9 campañas desde 2008) y la Xunta de Galicia (7 desde 2010)

Figuras femeninas: víctimas

Se destaca la revictimización, criminalización y exotización de las mujeres. Su condición de inmigrantes irregulares se connota negativamente, vinculada a la criminalidad que no a una condición de sujetos requeridos de apoyo.

CONCLUSIONES

Las instituciones están operando a través de la publicidad desde una posición abolicionista, lo que facilita en la esfera pública una orientación narrativa de la controversia a favor de esta postura

Resulta recomendable que las campañas estén más orientadas a dar a conocer el fenómeno, a fin de permitir a la ciudadanía identificar el delito y favorecer pautas de acción al respecto

Comunicar

www.revistacomunicar.com