

USM

UNIDADES MEDIÁTICAS DE SENSIBILIZACIÓN

PARA CONCIENCIAR SOBRE TRATA DE MUJERES Y NIÑAS
CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE LA PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES
E IGUALDAD

UMS – FICHA TÉCNICA

TRATA DE MUJERES Y NIÑAS CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL: UNIDADES MEDIÁTICAS DE SENSIBILIZACIÓN (UMS)



Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad.
Delegación del Gobierno para la Violencia de Género. (DGVG)

NIPO:

GRUPO TÉCNICO DE TRABAJO PARA LA REVISIÓN DE CONTENIDOS:

Miriam Benterrak Ayensa.

Subdirectora General Adjunta de Coordinación Interinstitucional en Violencia de Género.
Delegación del Gobierno para la Violencia de Género.

Rosa M^a Sánchez Jiménez.

Experta externa en trata con fines de explotación sexual e igualdad de género.

OTRAS COLABORACIONES

Capitán Vicente Calvo Vinagre.

Unidad Técnica de Policía Judicial de la Guardia Civil.

Teniente Alférez Félix Durán Garrido

Unidad Central Operativa de la Guardia Civil.

Eva Corrales Melero.

Policía Nacional de la Unidad de Familia y Mujer (UFAM).
Jefa de la Unidad de Coordinación en Violencia sobre la Mujer
en la Delegación del Gobierno en Madrid.

Beatriz Román Mel.

Jefa de la Unidad de Violencia sobre la Mujer en la Delegación del Gobierno en Madrid.

Beatriz Ranea.

Experta en prostitución y trata con fines de explotación sexual de la Universidad Complutense.

DISEÑO Y CREATIVIDAD:

Daniel Lavella.

Experto en Estrategias de Comunicación y Sensibilización Social. Diseño de la estrategia didáctica de las UMS.

Pablo Sánchez Mirete.

Educador Social. Apoyo didáctico de las UMS.

Marcelo Cantó.

Maquetación y diseño.

Diversidad Visual.

Diseño y programación digital.

Miriam Cantó.

Apoyo creativo gráfico y digital.

Karen Stump.

Apoyo creativo gráfico y digital.

Silvia Domènech.

Apoyo creativo gráfico y digital.



Todas las cosas son imposibles mientras lo parecen

Concepción Arenal



ÍNDICE

Presentación	5
UMS – Unidades Mediáticas de Sensibilización	7
¿Qué son mas UMS?	7
Metodología, el aprendizaje circular como método para el uso de UMS	7
¿Cuál es su utilidad?	8
¿Qué vas a encontrar en las UMS para concienciar sobre trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual?	8
Recomendación de uso de las UMS	11
Orientación de uso de las UMS	12
Consideraciones importantes	13
Otras consideraciones importantes	13
Unidad 1 – La llave	15
Unidad 2 – El negocio	21
Unidad 3 – El trato	29
Unidad 4 – El banquete	35
Fichas técnicas, información complementaria	39
Fichas sobre trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual	39
Ficha 1- La llave: Mujeres, objeto de consumo.. ..	41
Ficha 2 - El negocio: La “industria del sexo” y la creación de demanda de mujeres y niñas objeto de trata.	43
Ficha 3 - El trato: Tratantes y proxenetas, disfrazados de “empresarios” ..	45
Ficha 4 - El banquete: La responsabilidad de los hombres que demandan prostitución	47
Glosario	49
Imprimibles	53

PRESENTACIÓN

La sensibilización ciudadana y las acciones de prevención son la herramienta básica para la eliminación de las desigualdades, que son la causa de la violencia contra las mujeres.

La participación y complicidad de la sociedad en el rechazo a la violencia contra las mujeres es la única vía para acabar con ella. Por ello, uno de los objetivos principales de la Secretaría de Estado de Igualdad, a través de la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género, es concienciar a la población acerca de esta inaceptable violación de los derechos humanos. Este es el caso de la trata con fines de explotación sexual, un grave delito que supone la vulneración de los derechos humanos de quienes la sufren, principalmente mujeres y niñas.

Son precisamente las mujeres y las niñas la gran mayoría de las víctimas de trata con fines de explotación sexual - más del 95% según Eurostat - y su principal destino es la prostitución, donde son utilizadas como mercancía. Por ello, concentramos nuestros esfuerzos en conseguir la movilización de la sociedad contra este grave delito y en apoyo a las víctimas. Sólo el rechazo social y la denuncia pueden llegar a erradicar esta lacra.

El Plan Integral de Lucha contra la trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual establece como prioridad el "Refuerzo de la prevención y de la detección de la trata", lo que ha supuesto la puesta en marcha de distintas campañas y actividades de sensibilización, así como de información y formación de profesionales.

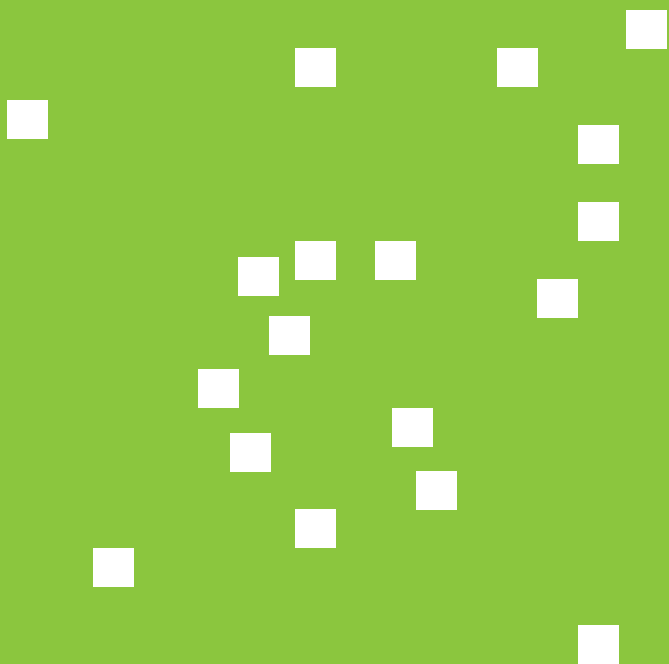
En esta ocasión queremos llegar más lejos y a más gente, presentando las Unidades Mediáticas de Sensibilización (UMS), unas herramientas metodológicas de sensibilización de fácil uso para profesionales que deseen promover un conocimiento o un cambio de mentalidad acerca de la trata con fines de explotación sexual, llegando a aquellos sectores de población que se encuentren en su ámbito de influencia (educativo, universitario, policial, voluntariado, etc) y, en particular, a la población joven.

Con la utilización de las UMS, estos profesionales se implicarán en un proceso de creación de una conciencia crítica y una corriente de opinión contra de la trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual, favoreciendo una mayor información sobre la misma y la toma de conciencia social sobre su existencia y su presencia en nuestro entorno y, al mismo tiempo, estarán contribuyendo a la labor preventiva impulsada por la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género.

Las UMS están disponibles en un formato dinámico e interactivo, accesible a través del Portal Web:

<http://www.violenciagenero.igualdad.mpr.gob.es/otrasFormas/trata/sensibilizacion/home.htm>

Soledad Murillo de la Vega
Secretaria de Estado de Igualdad



UMS

UNIDADES MEDIÁTICAS DE SENSIBILIZACIÓN

¿QUÉ SON LAS UMS?

Son herramientas metodológicas de sensibilización dirigidas a profesionales, con el fin de proporcionarles un soporte didáctico con el que poder crear una reflexión crítica y aumentar la información, contribuyendo a una mayor toma de conciencia social sobre derechos humanos con perspectiva de género.

Las unidades mediáticas proponen espacios de reflexión abiertos a un público diverso que, a través de dinámicas individuales y grupales en formato digital, audiovisual y gráfico, fomentan su participación.

Las unidades mediáticas son generadoras de reflexión pública, motores que pretenden incidir en el cambio de opiniones y creencias generalizadas y normalizadas que obstaculizan el respeto y el cumplimiento de los derechos humanos.

METODOLOGÍA EL APRENDIZAJE CIRCULAR COMO MÉTODO PARA EL USO DE LAS UMS

El Aprendizaje Circular es una metodología en torno a un tema de interés, utilizada en instituciones educativas y otras organizaciones, con la finalidad de promover una mayor información y de fomentar la reflexión sobre la realidad en la que se pretende incidir y sobre la que se quiere promover un cambio de actitudes.

Es un método de aprendizaje grupal, consistente en una metodología inclusiva e interactiva, que propone un planteamiento situacional sobre la realidad en la que se quiere incidir, invitando al grupo al debate y a la reflexión. De este modo, se consigue ir abordando los diferentes puntos de vista sobre la situación expuesta,

que se relaciona con el proceso de sensibilización, esto es, la trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual.

En concreto, estas unidades (UMS), dirigidas a concienciar sobre trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual, buscan la promoción de los derechos humanos desde una perspectiva de género, como elemento principal a abordar, invitando a que se cuestionen aspectos como ¿Qué implica el respeto a los derechos humanos? ¿Cuándo se vulneran? ¿Cómo se promueven? ¿Por qué es necesario un enfoque de género? ¿En qué situaciones o realidades no son tenidos en cuenta? ¿qué discursos y conductas contribuyen a su vulneración?



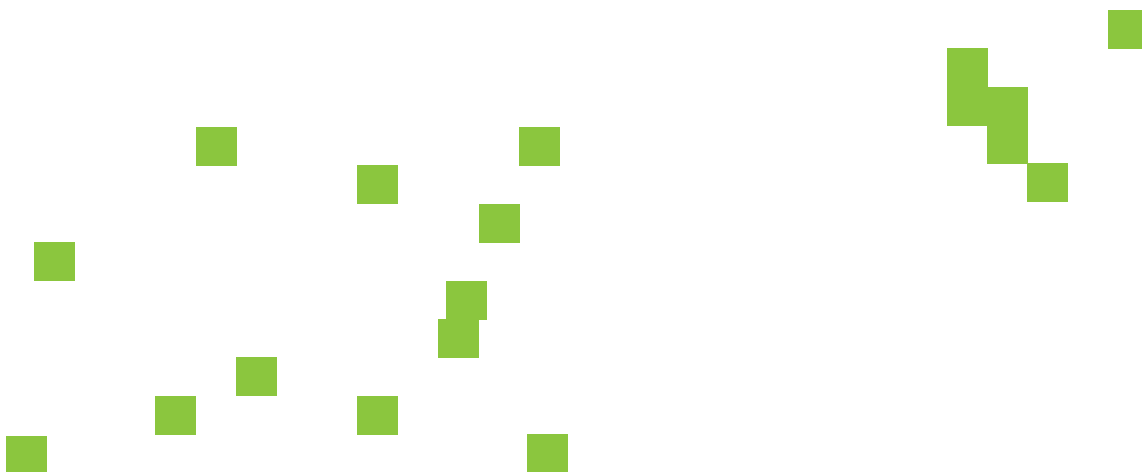
¿CUAL ES SU UTILIDAD?

El aprendizaje circular permite al sujeto que lo utilice trabajar con personas diversas (diferentes edades, contextos profesionales y formativos, experiencia de vida, etc.) para alcanzar un objetivo común. Así, este método permite relacionar los contenidos de cada unidad con el tema concreto para el que se crearon, es decir, la trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual, abordando – con un enfoque de género y de derechos humanos - la realidad de las mujeres que son víctimas de trata y explotación sexual, consiguiendo un mayor acceso a la información y más visibilidad mediante este espacio de debate.

El aprendizaje circular puede ser útil para que un grupo comparta la información, la reflexión y el conocimiento. La misión de la persona dinamizadora será orientar en los objetivos de aprendizaje, acompañando al grupo en el desarrollo de una mirada crítica, que ponga en valor el compromiso de promover los derechos humanos y el enfoque de género.

¿QUÉ VAS A ENCONTRAR EN LAS UMS PARA CONCIENCIAR SOBRE TRATA DE MUJERES Y NIÑAS CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL?

Este material (UMS) se estructura en cuatro unidades didácticas organizadas por contenidos, que proponen actividades dirigidas a abrir espacios de reflexión participativos. De forma resumida se detallan a continuación los objetivos de cada unidad y las reflexiones a tener en cuenta en cada una de ellas (más adelante se describirá el contenido de las unidades detalladamente con sus correspondientes orientaciones didácticas y actividades).



1 UNIDAD LA LLAVE

OBJETIVOS:

- Ponerse en el lugar de "Ellas".
- Trabajar sobre el proceso de manipulación que lleva a las mujeres a someterse y permanecer en una situación en la que se están vulnerando sus derechos.

REFLEXIONES:

- ¿Por qué accedemos a someternos?
- En los supuestos en que nos sometemos a este tipo de situaciones, fomentar el debate sobre los condicionantes que nos llevan a pensar que es una "oportunidad", que es la "única alternativa" o que "nos compensa".

2 UNIDAD EL NEGOCIO

OBJETIVO:

- Mostrar el entramado de la trata con fines explotación sexual como un negocio de enormes dimensiones y beneficios.
- Señalar que para que la trata sea un negocio muy rentable, requiere que la prostitución adquiera grandes dimensiones y para ello la prostitución debe alimentarse de las víctimas de la trata.
- Tomar conciencia de que las mujeres son la base de este negocio (materia prima). Sin ellas no es posible.

REFLEXIONES:

- ¿Por qué existe la explotación sexual? ¿Cómo se benefician de ella tanto tratantes como proxenetas?
- ¿Es el demandante un instrumento del negocio?
- Las mujeres son el reclamo de este negocio. ¿Por qué se consumen mujeres? ¿Cómo llegan a ser percibidas como mercancía por tratantes, proxenetas y demandantes (también por el público que lo normaliza)?
- ¿Qué ideas existen acerca de la sexualidad femenina?
- ¿Qué consecuencias tiene la cosificación de las mujeres por parte de los hombres?
- ¿Qué pasa con las mujeres explotadas sexualmente?
- ¿Qué se dice? y ¿Qué se calla?



3 UNIDAD EL TRATO



OBJETIVOS:

- Mostrar las estrategias con las que se consigue la captación de mujeres.
- Visibilizar cómo se tejen las redes para comerciar con mujeres.

REFLEXIONES:

- ¿Qué características tiene un tratante?
- ¿Qué necesitan para llevar a cabo su negocio? ¿Cómo se captan demandantes o se genera demanda?
- ¿En qué consiste el trato/negocio?
- ¿Cómo le sacan beneficio?
- ¿Cómo generan demanda? ¿Y cómo ofertan a las mujeres?
- ¿Cómo se construye la sexualidad masculina heterosexual como dominante? El uso de las mujeres como producto sexual de fácil acceso.
- Toma de conciencia sobre la demanda de prostitución, en torno a que el pago por sexo es la clave de la cosificación de las mujeres.

4 UNIDAD EL BANQUETE



OBJETIVOS:

- Reflexionar sobre la construcción de la sexualidad masculina haciendo de las mujeres una mercancía de fácil acceso.
- Prevenir el consumo de mujeres víctimas de Trata.
- Tomar conciencia sobre la demanda de prostitución como la causa de la cosificación de las mujeres y sobre la demanda como base de la construcción social sobre el cuerpo de las mujeres.

REFLEXIONES:

- ¿Qué promueve la demanda?
- ¿Por qué hay hombres que usan a las mujeres como mercancía? ¿Cómo perciben éstos las relaciones afectivo sexuales?
- ¿Por qué los demandantes no se cuestionan el sometimiento de las mujeres?
- ¿Qué secuelas deja en ellas?

RECOMENDACIONES DE USO DE LAS UMS

- Las UMS son herramientas para utilizar de forma grupal, si bien las actividades que se proponen pueden realizarse utilizando una metodología de trabajo individual, grupal o a partir de la división en subgrupos y/o parejas.
- Cada Unidad contiene las especificaciones concretas para que la persona dinamizadora desarrolle la actividad de forma adecuada, es decir, que permita la consecución de los objetivos propuestos.
- Dependiendo del público participante al que van dirigidas (población joven, profesionales de distintos sectores, etc.), se indican posibles variantes en el desarrollo de la actividad y el material a utilizar, para poder adaptarla y, de esta manera, conseguir los objetivos que se pretenden.
- Cabe la posibilidad de que se pregunte o se cuestione la Unidad haciendo referencia a que no se entiende la finalidad de la misma. En este caso, dado que se trata de un modelo de aprendizaje por descubrimiento (aprendizaje circular), la persona que dinamiza explicará que es parte de la Unidad no desvelar nada hasta el final, pues se trata de participar en un juego didáctico, donde el objetivo se revela al terminar éste.
- Cada una de las Unidades propuestas aborda un elemento clave en el proceso de la trata con fines de explotación sexual (la captación de mujeres, el negocio, los tratantes, los demandantes), pudiendo optar el dinamizador por trabajar con una o dos de las unidades en una sesión grupal. Por ello, cada Unidad incluye al final una ficha técnica con información complementaria sobre la trata con fines de explotación sexual.
- **IMPORTANTE:** La ficha técnica es igual para todas las Unidades, pues contiene toda la información sobre los elementos de la trata que se abordan en el resto de las Unidades. Esta ficha técnica deberá ser utilizada al finalizar cada una de las Unidades, de manera que se aporte la información – que se trabajaría en otras Unidades - que no haya podido ser abordada durante la sesión. **Cada ficha contempla una serie de ideas fuerza que la persona dinamizadora ha de transmitir al finalizar la dinámica.**



ORIENTACIONES DE USO DE LAS UMS

PREPARAR la dinámica de trabajo es cogiendo, en base a las necesidades y características del grupo al que se pretenda sensibilizar, una o dos unidades que considere adecuadas para reflexionar.

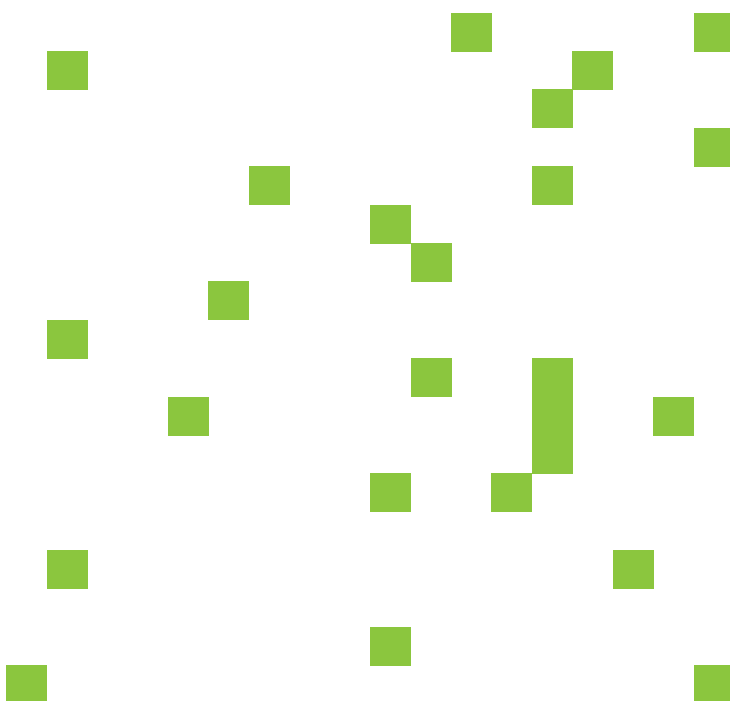
INTRODUCIR el tema principal de la unidad de forma genérica - de acuerdo con el contenido propuesto en ella - sin dar a conocer al principio al grupo el tema sobre el que se pretende sensibilizar. En este sentido, la persona dinamizadora del grupo planteará la historia sobre la que versa la Unidad, sin mencionar la trata con fines de explotación sexual.

ESTABLECER una atmósfera expectante en torno al tema sobre el que versa la Unidad, utilizando una situación aparentemente cotidiana como vía para introducir al grupo en una realidad en la que los derechos humanos no son respetados.

ORGANIZAR la actividad dependiendo de las características del grupo de acuerdo con las indicaciones que para cada actividad se establecen en las distintas Unidades, así como el número de participantes. El grupo se puede dividir en varios equipos de trabajo para facilitar el desarrollo de las actividades.

DESARROLLAR la sesión de la forma más simple, mediante el planteamiento de preguntas sencillas, basadas en las propuestas que se pueden encontrar en cada Unidad en torno al tema a tratar y con la finalidad de que la persona dinamizadora pueda recoger conclusiones para poner en relación con la temática que se pretende visibilizar (trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual).

GENERAR UN IMPACTO contundente en el grupo para que, al finalizar la actividad, continúe reflexionando y profundizando en los contenidos desarrollados en la sesión, ya en relación con el tema concreto, que se habrá expuesto trasladando la información que se recoge en los anexos (proceso de la trata).



CONSIDERACIONES IMPORTANTES

PARA LA PERSONA O PERSONAS ENCARGADAS DE DINAMIZAR LAS UNIDADES:

- Se deberá tener el control del grupo adelantándose a las cuestiones que este pueda suscitar.
- Tener conocimiento sobre el tema que se aborda para dar respuesta en relación a la temáticas de cada unidad, a fin de no desvirtuar el contenido de las unidades y obtener el mayor aprovechamiento y resultados posibles.
- Las personas participantes no deben saber que la finalidad última de las Unidades es abordar la trata, sino que se les informará de que se abordarán los derechos humanos y la perspectiva de género de forma amplia. Para ello, se les pedirá que participen de una serie de dinámicas y juegos detallados de forma concreta en cada una de las Unidades que vayan a ser utilizadas.
- Antes de comenzar, a las personas participantes se les pedirá compromiso e implicación en el juego propuesto, haciéndoles llegar la idea de que es un espacio para el conocimiento y aprendizaje desde una perspectiva desenfadada pero rigurosa. Se ofrecerá libertad para expresarse, evitando hacer juicios de valor sobre las aportaciones, opiniones o actuaciones que haga algún miembro del grupo.

OTRAS CONSIDERACIONES IMPORTANTES

¿CUÁNTAS PERSONAS DINAMIZADORAS SON NECESARIAS PARA DESARROLLAR LAS UNIDADES?

Para la dinamización de las Unidades se deberá contar con al menos una persona. Pueden ser dos o más, dependiendo del número de participantes y del espacio o lugar de realización.

ESPACIO PARA REALIZAR LAS UMS

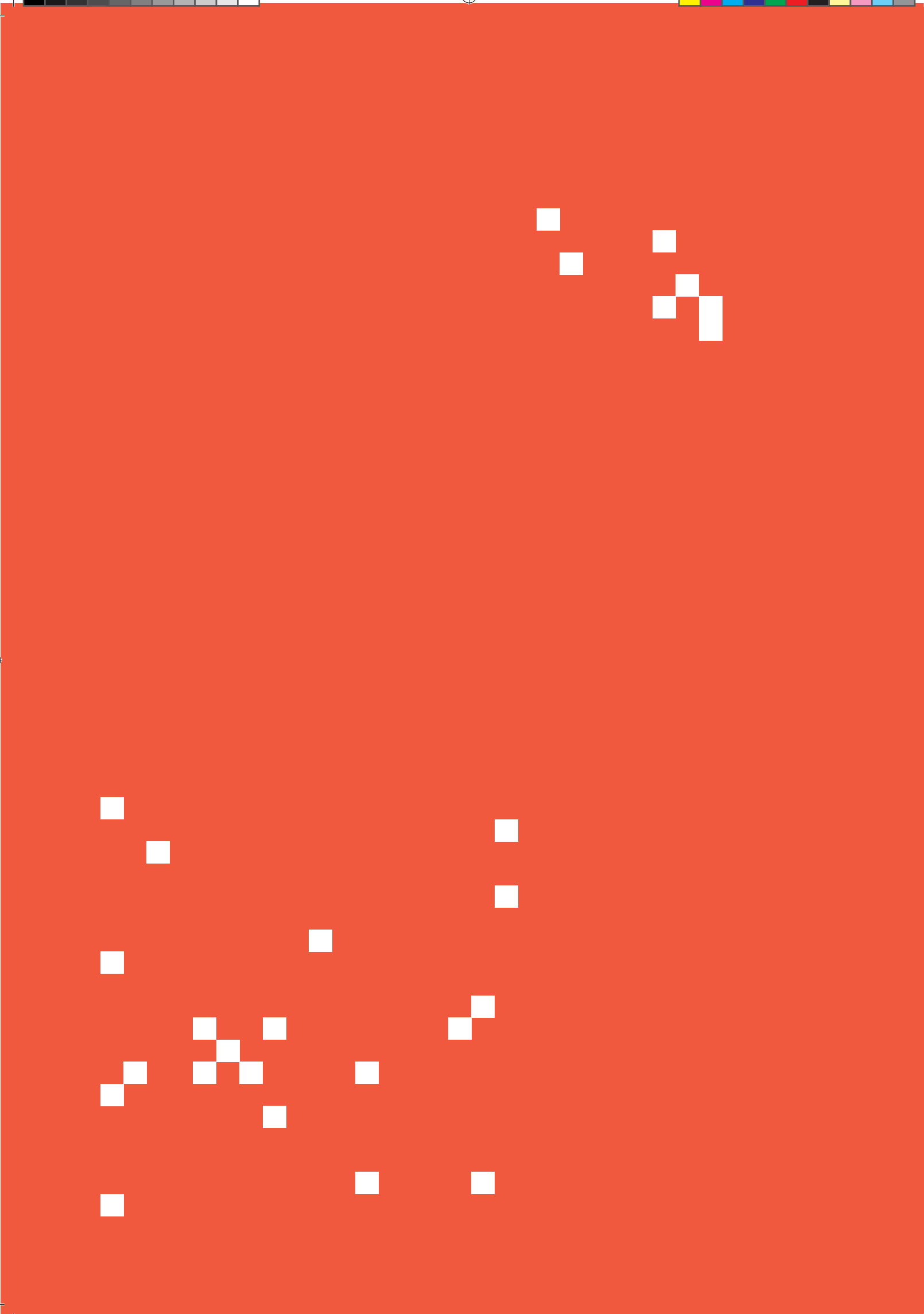
- Una sala, aula o espacio amplio, diáfano e iluminado suficientemente. Deberá contar con sillas para las personas destinatarias de la Unidad y a ser posible una mesa o varias.

MATERIAL GENÉRICO PARA REALIZAR LAS UMS

- Proyector
- Altavoces
- Ordenador portátil.

PÚBLICO DESTINATARIO

- Alumnado de secundaria o universitario.
- Profesionales de distintos ámbitos de intervención.
- Otra población.





UNIDAD 1

LA LLAVE

OBJETIVOS

- Ponerse en el lugar de "Ellas"
- Trabajar sobre el proceso de manipulación que lleva a las mujeres a someterse y permanecer en una situación en la que se están vulnerando sus derechos.

REFLEXIONES

- ¿Por qué accedemos a someternos?
- En los supuestos en que nos sometemos a este tipo de situaciones, fomentar el debate sobre los condicionantes que nos llevan a pensar que es una "oportunidad", que es la "única alternativa" o que "nos compensa".

MATERIALES



Una **caja** grande o mediana. También se puede utilizar una caja de zapatos.



Llaves u objetos con forma de llave para generar la convicción de que lo son. Tantas como participantes.



Objeto o prenda personal de los/as participantes que sea significativa para ellos/as.



Sobres, tantos como participantes, con un papel donde van escritas unas **consignas**.



Papel y bolígrafos.



Pizarra o papelógrafo.



Proyector y ordenador.

La ficha de CONSIGNAS está disponible en el anexo de material imprimible

PARA GRUPO DE PARTICIPANTES JÓVENES

- En el colegio o instituto se hablara mal de ti.
- No tendrás de teléfono móvil ni ordenador.
- No podrás tener redes sociales.
- Te deberás ir con otra familia.
- Diremos a tus amigos y amigas que no eres de fiar.
- Tu familia conocerá datos de ti que no quieres que nadie conozca.

PARA OTROS GRUPOS DE PARTICIPANTES

- Te haremos malas recomendaciones en trabajos.
- En las redes sociales se hablará mal de ti.
- El banco te desahuciará de tu casa o se te embargarán las cuentas.
- Diremos a tu entorno que no eres de fiar.
- Tu familia conocerá datos de ti que no quieres que nadie conozca.

DESARROLLO

El desarrollo de esta unidad contempla 4 partes bien diferenciadas. Las dinámicas participativas se realizan de forma individual en la primera parte y grupalmente en la segunda, tercera y cuarta parte.

DINÁMICA PARTICIPATIVA:

- Individual en la primera parte.
- Grupal segunda, tercera y cuarta parte.

TEMPORALIZACIÓN APROXIMADA:

- 45 minutos.

PRIMERA PARTE PARTICIPACIÓN INDIVIDUAL - 5 MINUTOS

1. Entra el dinamizador y cierra la puerta de la sala o aula donde se va a desarrollar la actividad, con un gesto en el que parece que se cierra con llave.
2. Se propone al grupo participar en un juego. Aquellas personas que quieran participar deberán entregar un objeto o prenda y se les entregará una llave y un sobre que deben mantener en su posesión, sin abrir el sobre hasta que la persona dinamizadora les indique que pueden abrirlo.
3. En el caso de que algunas personas indiquen que no quieren participar en el juego de una forma activa, se les propondrá que participen como observadoras y permanezcan en silencio. Se les proporciona un papel y bolígrafo para que vayan anotando las impresiones y comentarios sobre la dinámica.
4. Al grupo que participa en el juego con la llave y el sobre en la mano, se le explica que la llave representa aquello que más anhelan, que más desean, aquello que más necesitan y que en tan sólo dos días podrán disfrutar y que solo se les pide a cambio permanecer en el aula sin salir por dos días:

Es importante incidir en que sean deseos materiales y no de otro tipo para no desvirtuar la temática de la unidad. La Llave les ofrece también la libertad y la posibilidad de abandonar el juego, pero sujeta a condiciones.

5. Se indica al grupo que pueden abrir el sobre y leer la ficha de condiciones que hay en él, de forma individual, en silencio y sin hacer preguntas sobre las condiciones escritas.

Condiciones que contiene el sobre según público destinatario.

PARA GRUPO DE PARTICIPANTES JÓVENES

- En el colegio o instituto se hablara mal de ti.
- No dispondrás de teléfono móvil ni ordenador.
- No podrás tener redes sociales.
- Te deberás ir con otra familia.
- Diremos a tus amigos y amigas que no eres de fiar.
- Tu familia conocerá datos de ti que no quieres que nadie conozca.

PARA OTROS GRUPOS DE PARTICIPANTES

- Te haremos malas recomendaciones en trabajos.
- En las redes sociales se hablará mal de ti.
- El banco te desahuciará de tu casa o se te embargarán las cuentas.
- Diremos a tu entorno que no eres de fiar.
- Tu familia conocerá datos de ti que no quieres que nadie conozca.

- Leídas las condiciones, es cuando la persona dinamizadora continúa adelante, dando por sentado la aceptación de las condiciones.

CLAVES PARA EL PERSONAL DINAMIZADOR:

Debe "inducir" a que se no haga uso de la llave, ya que van a conseguir sus deseos, todo aquello que tanto quieren, en solo 2 días.

La "aceptación del juego" de forma relacional con la unidad representa el SOMETIMIENTO, al aceptar las condiciones del sobre.

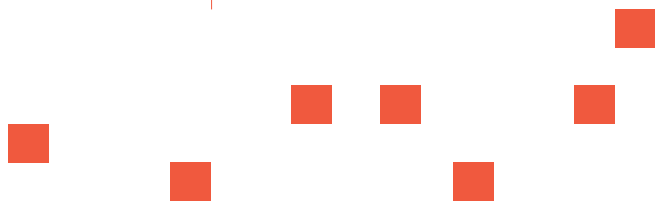
En el caso de que alguien "dude" si continuar o no, se debe tratar de animar para que continúe.

Con las siguientes sugerencias:

- No lograrás alcanzar tu deseo.
- Todos/as los/las demás se quedarán y lo lograrán.
- Es fácil.
- No hay nada que temer.
- En poco tiempo lo habrás logrado.
- Fíate de mí, verás que tengo razón.

Se lanzan las siguientes preguntas al grupo, anotando las respuestas más significativas en relación al tema que estamos abordando y que el grupo por el momento desconoce.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Por qué lo habéis hecho?	
¿Os sentís igual de cómodos/as que al principio?	
¿Seguis confiando en mí?	
Aunque os genere desconfianza ¿pensáis que merece la pena continuar?	



**SEGUNDA PARTE
PARTICIPACIÓN INDIVIDUAL - 10 MINUTOS**

A continuación:

1. Se les ofrece un papel y un boli a los/las participantes para que escriban aquello que desean y quieren conseguir.
2. Se le pide al grupo que entregue las peticiones que acaba de escribir. La persona dinamizadora las ojea en silencio haciendo gestos llamativos (Admirativos, sorpresa y afirmativos) es importante que el grupo lo observe.
3. Con ello se formaliza que han aceptado las condiciones y que pueden utilizar la llave cuando lo deseen, pero ello supondrá poner en marcha las condiciones del sobre. **En este momento se está trabajando el SOMETIMIENTO.**
4. Se les informa de que la prenda no se devuelve. **En este momento se está trabajando El CONTROL.**
5. A continuación se hace referencia a que los deseos son demasiado ambiciosos y que NO las podrán obtener de forma inmediata, sino que deberán esperar al menos 1 o 2 años para poder conseguirlas. **En este momento se está trabajando El ENGAÑO.**
6. Se les dice que no tiene opción de negarse a lo que se les proponga a partir de ahora , de lo contrario las consecuencias del sobre se activan. De nuevo se trabaja el SOMETIMIENTO.

**TERCERA PARTE
PARTICIPACIÓN COLECTIVA - 20 MINUTOS**

Una vez desvelados los objetivos reales del juego, se abre un espacio de reflexión con las siguientes cuestiones que a continuación se exponen en la tabla:

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Cómo os sentis?	
¿Os parece justo el trato?	
¿Seguis confiando?	
¿Pensáis que merece la pena continuar?	
¿Si os queréis marchar? ¿Cómo pensais que podéis hacerlo ahora?	

La persona que dinamice, anotará las respuestas más significativas.

Estas respuestas expuestas por el grupo, mostrarán los sentimientos que se están generando. Se anotaran en una pizarralla o papelógrafo, visibilizando las emociones generadas, haciéndoles ver que les ha llevado a un callejón sin salida.

MUY IMPORTANTE: Preguntar al grupo en qué tipo de situación similar pueden estar viviendo esta realidad algunas personas, ENGAÑADAS, PRIVADAS DE LIBERTAD, que VULNERA SUS DERECHOS.

Aún no se desvelará a qué realidad se dirige la actividad.

Cabe la posibilidad de que se inicie un debate en relación al ENGAÑO/CONTROL y algún/a participante podrá hacer referencia a que no se ha sido claro con las consecuencias y que de haber medido las consecuencias no habrían aceptado el juego.

CUARTA PARTE CIERRE - 10 MINUTOS

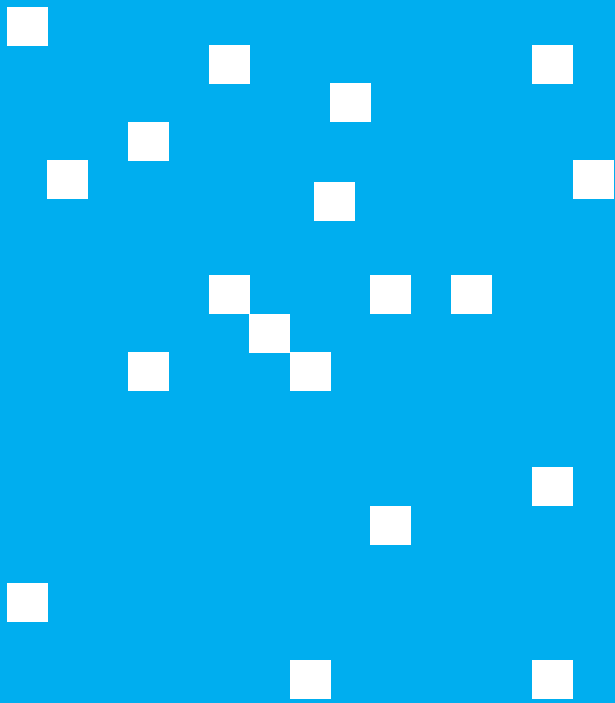
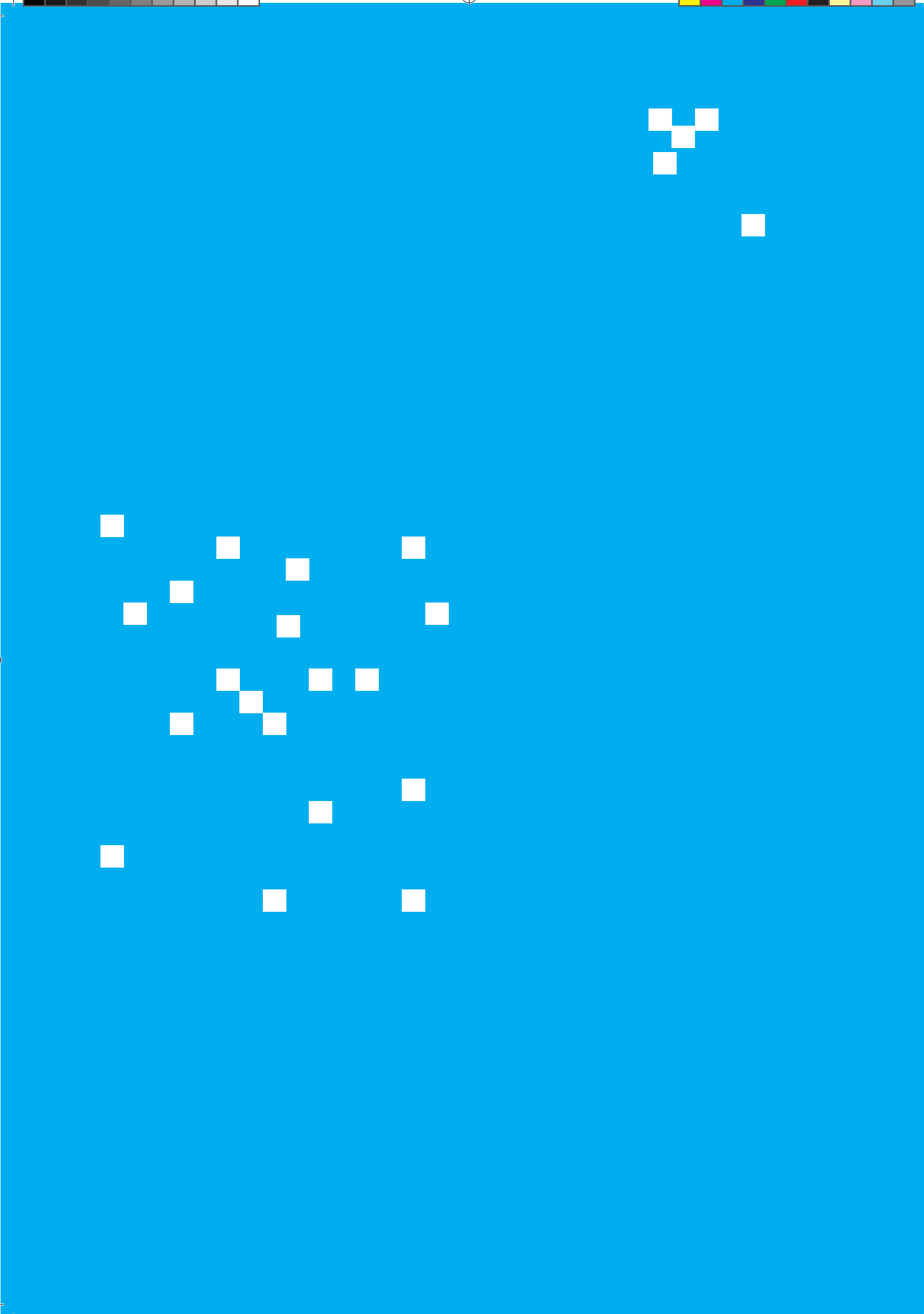
- Llega el momento de relacionar esta situación ficticia planteada en la actividad con la realidad de las personas que están viviendo una situación similar de control o de privación de libertad, con el fin de ponernos en su situación.
- El personal dinamizador dejará un tiempo de 5 a 10 minutos para el debate, en el que podrán participar quienes renunciaron inicialmente al juego, intercambiando impresiones sobre la situación creada.
- Al finalizar, se propondrá visualizar el spot de la campaña **"CORAZÓN AZUL"**.

CORAZÓN AZUL: <https://youtu.be/NdbPM4c5ljQ>



PARA CERRAR

TOMAR CONCIENCIA de que MUCHAS MUJERES en España y en todo el mundo son víctimas de un entramado para negociar con ellas (Trata), explotándolas sexualmente, y que ésto supone un DELITO GRAVE y una VIOLACIÓN de los derechos humanos.





UNIDAD 2

EL NEGOCIO

OBJETIVOS

- Mostrar el entramado de la trata con fines explotación sexual como un negocio de enormes dimensiones y beneficios.
- Señalar que para que la trata sea un negocio muy rentable, requiere que la prostitución adquiera grandes dimensiones y para ello la prostitución debe alimentarse de las víctimas de la trata.
- Tomar conciencia de que las mujeres son la base de este negocio (materia prima). Sin ellas no es posible.

REFLEXIONES

- ¿Por qué accedemos a someternos?
- En los supuestos en que nos sometemos a este tipo de situaciones, fomentar el debate sobre los condicionantes que nos llevan a pensar que es una "oportunidad", que es la "única alternativa" o que "nos compensa".

MATERIALES

EN LA SECCIÓN
 IMPRIMIBLES
 DISPONE DE ESTOS
 MATERIALES PARA
 IMPRESIÓN:



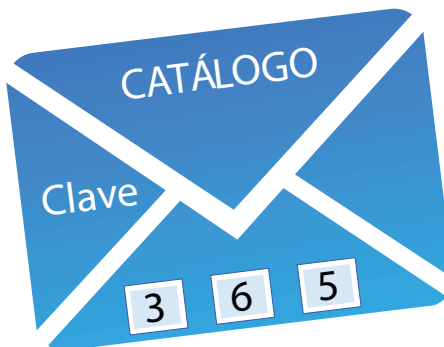
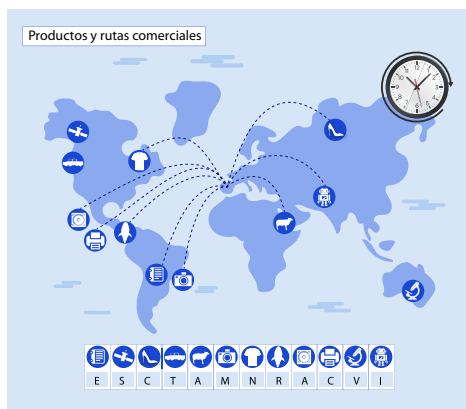
Sobre grande con:



Proyector y
 ordenador.



Cronómetro:



EMILIO Director de Ventas Calle Buho, 3. eucos@gmail.com Tel: 945 647 259	SALVA Comercial Luna, 46 lunas@gmail.com Tel: 899 312 365
TINGO Mercado Producción Valencia, 44 tingo@gmail.com Tel: 492 663 211	AMELIO Comercial Gran Vía, 74 amelio@gmail.com Tel: 898 312 235
ANTÓN Director de Ventas Calle Venis, 2 anton@gmail.com Tel: 894 312 955	MARTÍN Comercial Calle 251, 123 martin@gmail.com Tel: 895 631 122
NACHO Comercial Principal, 3 nacho@gmail.com Tel: 256 663 874	RAMIRO Ingeniero Av. Arco, 12 carmishomail.com Tel: 895 998 515
IGNACIO Programador Calle Ave, 55 ignacio@gmail.com Tel: 958 452 213	VICEN Ventas Pirgiano, 12 vicen@gmail.com Tel: 935 665 596
CAMILO Comercial Calle del Perro, 9 orzayahooos Tel: 466 693 314	CARLOS Ventas Calle Arbol, 4 carlos@gmail.com Tel: 956 441 213

CATÁLOGO DE PRODUCTOS		
 LAURA 28 AÑOS Símpatica con delicados gustos y coherencia	 SUSANA 17 AÑOS Timida, cariñosa y dulce	 TINA 18 AÑOS Elegica, sensual y con mucho ritmo
 ANNA 20 AÑOS Estudiante, muy inteligente	 NADUSKA 21 AÑOS Inteligente, cariñosa y aplicada	 VANESA 16 AÑOS Dulce y muy agradable al trato

DESARROLLO

La actividad plantea una dinámica detectivesca, en la que hay que resolver el siguiente caso:

El Sr. Smith es un hombre de negocios que desde muy joven ha estado vinculado con la comercialización de productos. Debido al negocio al que se dedica, guarda celosamente todo lo que tiene que ver con su práctica comercial y siempre lleva consigo las rutas comerciales de sus productos marcadas en un mapa, junto con una agenda de proveedores y el catálogo de los productos encriptado con una clave.

Trabajamos para el Sr. Smith y le hemos llevado al aeropuerto en el coche de la empresa. De regreso nos damos cuenta de que se ha dejado en el coche una carpeta y su teléfono móvil español, llevándose el que utiliza en sus viajes internacionales y del que no tenemos el número. Como sospechamos que podría estar en la carpeta que se ha dejado y él se encuentra en la puerta de embarque, a tan solo 20 minutos de embarcar en el avión, decidimos indagar para **encontrar el número del móvil, llamarle y darle** la información sobre los productos que tiene que traer del país al que viaja. Son productos que se venden fácilmente. Para el Sr. Smith es un gran negocio que le va a dar muchos beneficios, con una inversión mínima y que representa también una oportunidad para nosotros/as. Como ya sabemos, Smith guarda celosamente la información, por lo que para abrir el catálogo de productos se necesita marcar una **clave** que tenemos que descubrir mediante la información que contiene cada objeto de la carpeta. Antes del embarque de Smith en 20 minutos tenemos que dar con la clave para abrir el catálogo, donde encontraremos su número de teléfono, para llamarle y darle:

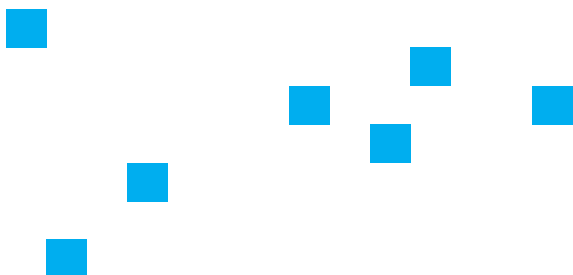
- Los datos de los productos.
- El nombre del proveedor de cada producto.

Es importante dejar claro que para resolver el caso hay que hallar una clave de tres números con la que se abrirá el catálogo. Para ello hay que seguir dos pasos:

1. Buscar una palabra a partir de un mapa.
2. Buscar un número un numero relacionado con la palabra descubierta en el paso 1. El número se descubrirá utilizando las tarjetas de contacto.

TEMPORALIZACIÓN APRÓXIMADA:

- 60 minutos.



PRIMERA PARTE PARTICIPACIÓN POR EQUIPOS

Para el desarrollo de la primera parte es importante tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Respetar rigurosamente los tiempos establecidos a fin de generar urgencia.
- Ser claro/a en la exposición de la dinámica ante las dudas, resolviéndolas antes del inicio de la misma.
- Interferir en casos puntuales (solo se da la circunstancia de no avanzar o resulta difícil su resolución).
- Ofrecer pistas a los/las participantes sólo cuando no avancen en el descubrimiento de la clave.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

1. El grupo de participantes se dividirá en equipo, de un máximo de 5 personas para realizar la dinámica.
2. Se les hace entrega de la historia "El caso del negocio del Sr. Smith".
3. Un miembro del grupo la leerá en voz alta, de manera que se sepa cuál es el objetivo que se tiene que alcanzar:
"Descubrir la clave de tres números para abrir el catálogo de productos que está cerrado. Para ello tienen que descubrir una palabra a partir del mapa y, a continuación hallar en las tarjetas una serie de sumas con las que podrán dar con la clave".
4. Seguidamente se entrega a cada equipo el sobre con todo el material.
5. Los equipos abren el sobre todos a la misma vez, poniendo el cronómetro en marcha hasta un máximo de 20 MINUTOS.
6. Los equipos que hayan dado con la clave antes del tiempo estimado, tienen que avisar a la persona dinamizadora y esperar a que los otros equipos terminen para abrirla todos juntos.
7. Una vez transcurrido el tiempo máximo, o cuando todos los equipos tengan la clave, se les indicará que abran el sobre y vean el catálogo.
8. El equipo que primero haya dado con la clave será quien lea el nombre y los datos de los productos.

PISTAS Y SOLUCIÓN MAPA

PARA EL PERSONAL DINAMIZADOR

Productos y rutas comerciales

E	S	C	T	A	M	N	R	A	C	V

MAPA

Contiene una serie de símbolos, unos conectados por líneas y otros no. Todos los símbolos se corresponden con una letra. Los elementos que no contienen línea son distractores para dificultar la actividad, seguidamente se entrega a cada equipo el sobre con todo el material dentro de el.

M	E	R	C	A	N	C	I	A

Una vez formada la palabra MERCANCIA tendremos la secuencia necesaria para la siguiente pista.

PISTAS

- Seguir las agujas del reloj, para hallar la palabra.
- Unos símbolos están conectados con una línea de ruta y otros no.

PISTAS DE LAS TARJETAS Y SOLUCIÓN DE LA CLAVE

 EMILIO Director de Ventas 1+ Calle Búho, 3 cuco@gmail.com Tel: 925 942 259	 SALVA Comercial 0 Luna, 46 luna@gmail.com Tel: 859 112 365
 TINGO Mercado Producción 9 Valencia, 44 tingo@mail.com Tel: 459 663 211	 AMELIO Comercial 0= Gran Vía, 74 ame@gmail.com Tel: 896 512 235
 ANTÓN Director de Ventas 2+ Calle Viento, 5 ant6@gmail.com Tel: 894 512 955	 MARTÍN Comercial 1+ Calle Blú, 123 mar@gmail.com Tel: 895 631 122
 NACHO Comercial 2= Principal, 3 nacho@mail.com Tel: 256 663 874	 RAMIRO Ingeniero 1= Av Ancha, 12 rami@hormail.com Tel: 855 998 515
 IGNACIO Programador 2+ Calle Ave, 55 igco@mail.com Tel: 966 452 223	 VICEN Ventas 58 Pinguino, 12 viecen@mail.com Tel: 935 665 596
 CAMILO Comercial 2+ Calle del Perro, 9 cr2@yahoo.es Tel: 465 693 114	 CARLOS Ventas 3+ Calle Árbol, 4 car5@gmail.com Tel: 965 441 223

PARA EL PERSONAL DINAMIZADOR

TARJETAS

La inicial del nombre de cada proveedor está más grande. Cada una de las tarjetas contiene un número en la parte inferior, otras contiene símbolos correspondientes a un grupo de sumas. Cuando se juntan aquellas tarjetas cuyas iniciales formen la palabra MERCANCÍA, se obtendrá la clave.

PISTAS

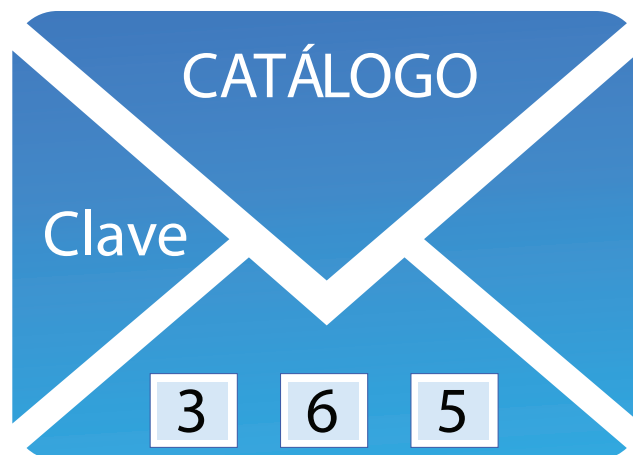
Cada inicial del nombre del proveedor corresponde a un número. Algunas tarjetas tienen símbolos junto al número que hay que anotar para conseguir el número final de tres cifras.

 MARTÍN Comercial 1+ Calle Blú, 123 mar@gmail.com Tel: 895 631 122	 EMILIO Director de Ventas 1+ Calle Búho, 3 cuco@gmail.com Tel: 925 942 259	 RAMIRO Ingeniero 1= Av Ancha, 12 rami@hormail.com Tel: 855 998 515	= 3
 CAMILO Comercial 2+ Calle del Perro, 9 cr2@yahoo.es Tel: 465 693 114	 ANTÓN Director de Ventas 2+ Calle Viento, 5 ant6@gmail.com Tel: 894 512 955	 NACHO Comercial 2= Principal, 3 nacho@mail.com Tel: 256 663 874	= 6
 CARLOS Ventas 3+ Calle Árbol, 4 car5@gmail.com Tel: 965 441 223	 IGNACIO Programador 2+ Calle Ave, 55 igco@mail.com Tel: 966 452 223	 AMELIO Comercial 0= Gran Vía, 74 ame@gmail.com Tel: 896 512 235	= 5

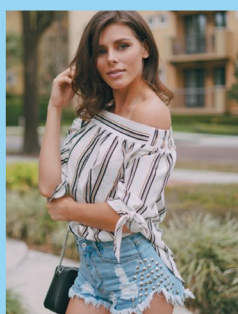
Clave
365

RESOLUCIÓN Y LECTURA DEL CATÁLOGO

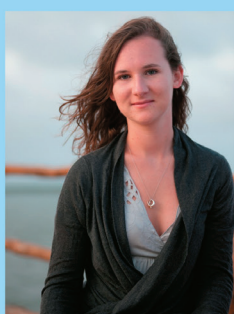
PARA EL PERSONAL DINAMIZADOR



CATÁLOGO DE PRODUCTOS



LAURA 28 AÑOS
Simpática, con delicados gustos y caprichosa



SUSANA 17 AÑOS
Tímida, cariñosa y pícaro



TINA 18 AÑOS
Exótica, sensual y con mucho ritmo



ANNA 20 AÑOS
Estudiante muy obediente



NADIUSKA 21 AÑOS
Inteligente, cariñosa y aplicada



VANESA 16 AÑOS
Dulce y muy agradable al tacto

CATÁLOGO

Hallada la clave se rellenarán los tres cuadros del sobre con los números correspondientes de la cifra en cuestión. Se procederá a abrir el sobre del catálogo.

Se descubrirá que el producto a comercializar son mujeres.



SEGUNDA PARTE PARTICIPACIÓN GRUPAL - 20 MINUTOS

Pasamos a la segunda parte de la actividad. Una vez descubierta la mercancía, se lanzan las siguientes cuestiones a los equipos participantes, anotando las respuestas en esta tabla:

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Qué es lo que váis a hacer?	
¿Váis a llamar al Sr. Smith?	
¿Lo denunciaríais?	
¿Por qué las mujeres son una mercancía, fácil de vender y accesible al consumidor?	
¿A quién se vende esta mercancía ?	
¿Por qué la mercancía sólo son mujeres?	
¿Qué has sentido al descubrir de qué producto se trataba?	

TERCERA PARTE PARTICIPACIÓN COLECTIVA - 10 MINUTOS

PARA CONCLUIR

- Se proyecta el trailer de CHICAS NUEVAS 24 horas.
- Seguidamente se deja un espacio de reflexión, haciendo un repaso de los elementos de la dinámica en relación directa con la Trata.
- Se invita a las personas participantes a que expongan qué relación ven y qué les sugiere la vivencia que se ha trabajado en la dinámica.

PARA CERRAR:

Mostrar el entramado de la trata con fines explotación sexual como un negocio de enormes dimensiones y beneficios. Para que la trata sea un negocio muy rentable requiere que la prostitución adquiriera grandes dimensiones y para ello la prostitución debe alimentarse de las víctimas de la trata. Las mujeres son la MERCANCÍA en este negocio (materia prima).

CHICAS NUEVAS 24 HS: <https://youtu.be/ozhuU6aAgy8>





UNIDAD 3

EL TRATO

OBJETIVOS

- Mostrar las estrategias con las que se consigue la captación de mujeres.
- Poner en conocimiento como se tejen las redes para comerciar con mujeres.

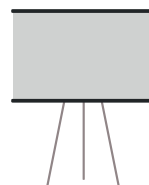
REFLEXIONES

- ¿Qué características tiene un tratante?
- ¿Qué necesitan para llevar a cabo su negocio? ¿Cómo se captan demandantes o se genera demanda?
- ¿En qué consiste el trato/negocio?
- ¿Cómo le sacan beneficio?
- ¿Cómo generan demanda? ¿Y cómo ofertan a las mujeres?
- ¿Cómo se construye la sexualidad masculina heterosexual como dominante? El uso de las mujeres como producto sexual de fácil acceso.
- Toma de conciencia sobre la demanda de prostitución, en torno a que el pago por sexo es la clave de la cosificación de las mujeres.

MATERIALES



Proyector y ordenador.



Pizarra o papelógrafo.



Rollo de papel.



Rollo adhesivo.



Rotuladores.

DESARROLLO

DINÁMICA PARTICIPATIVA:

- Individual / parejas / grupal.

TEMPORALIZACIÓN APRÓXIMADA:

- 60 minutos.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDAD :

- La actividad consiste en crear una obra de arte, dibujando una silueta de mujer, con la finalidad de producir una exposición colectiva donde se puedan exhibir las obras, que podrán ser adquiridas.

PRIMERA PARTE PARTICIPACIÓN INDIVIDUAL / PAREJAS - 10 MINUTOS

LA OBRA DE ARTE – CREAR OFERTA

- En esta Unidad, se planteará la creación de una obra de arte. Para ello, se divide al grupo por parejas o tríos si el grupo es muy numeroso. Cada pareja deberá dibujar una silueta de mujer y escribir sobre ella una serie de atributos atractivos relacionados con el ideal físico, con el conocimiento y con atributos emocionales. Siempre en positivo:

Ejemplo:

ATRIBUTOS FÍSICOS	ATRIBUTOS INTELECTUALES	ATRIBUTOS EMOCIONALES
<ul style="list-style-type: none"> • Estatura. • Color de ojos. • Complexión (Fuerte/ atlética). 	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de inteligencia. • Formación académica. • Actitudes (Emprendera/ proactiva). 	<ul style="list-style-type: none"> • Belleza/armonía. • Descripción de emociones. • Cualidades humana (sensibilidad, generosidad, amabilidad, otras..).

- Una vez dibujada la silueta y escrita sobre ella sus atributos, se le dará un título a la obra, colocándola en la pared.

Se podrá plantear la actividad de dos formas:

1. Utilizar papel continuo, donde se dibujará la silueta de mujer (incluido el cuerpo).
2. Utilizar un folio donde los/as participantes dibujen una silueta de mujer.

CLAVES PARA EL PERSONAL DINAMIZADOR

Se tiene que indicar y dejar bien claro que las descripciones de los atributos que se van escribir sobre la silueta se expresen en femenino, tanto los atributos físicos, como los que hacen referencia al intelecto y a las emociones.

Ejemplo:

Es una silueta bella, inteligente y educada.

**SEGUNDA PARTE
PARTICIPACIÓN POR PAREJAS/GRUPAL - 20 MINUTOS**

La exposición de arte colectiva - GENERAR OFERTA Y DEMANDA -:

- Todas las obras de arte quedan expuestas en la pared, dando forma a una exposición colectiva.
- A continuación el grupo se divide en dos categorías, los/as vendedoras de las obras de arte (Marchantes) y el público al que atraer a la exposición y que tendrá la oportunidad de adquirir las obras. Este proceso durará 10 MINUTOS APROXIMADAMENTE.
- Dado que el arte no es un bien de primera necesidad, será necesario que quienes tengan el papel de "marchantes" piensen en una estrategia para atraer público a la galería y convencerles de que pueden comprar una obra.
- Antes los/as vendedoras pondrán precio a su obra (dependiendo de la calidad que consideren que tenga).
- Una vez hayan conseguido atraer a los/las participantes con el papel de potenciales compradores a la galería, tendrán que convencerles de que puede interesarles adquirir la obra mediante un proceso sencillo, indicándoles:

PRESTACIONES DE LA OBRA DE ARTE.

Precio a negociar.

Se puede contemplar tranquilamente a solas o con amistades.

Se puede tocar para sentir la obra más cerca en la intimidad.

Todas las prestaciones para consumir en exclusividad una obra de arte que otras galerías no dan.

El espacio se convierte en un mercado de arte donde vendedores/as y visitantes negocian obras de arte, adquiriéndolas a precios adecuados a su bolsillo. 10 MINUTOS APROX.

**TERCERA PARTE
PARTICIPACIÓN GRUPAL - 10 MINUTOS**

TRATOS CONSEGUIDOS:

En este momento la persona dinamizadora dibujará la siguiente tabla en una pizarra o papelógrafo, escribiendo de forma clara y visible en ella los comentarios de los/as participantes, preguntándole a cada comprador/a ¿Cuál es el título de la obra que ha adquirido?, ¿a qué precio la ha conseguido? ¿Si lo ha negociado? Y ¿Por qué la ha adquirido? indicadores descritos en la tabla.

TÍTULO DE LA OBRA	PRECIO €	MOTIVOS DEL POR QUÉ HA ADQUIRIDO LA OBRA

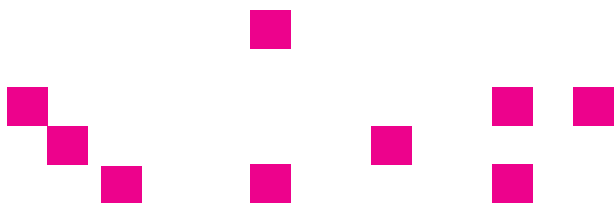
Para concluir la 3ª parte de la actividad, la persona dinamizadora dejará la tabla a la vista de los/as participantes, reforzando la idea de que han realizado un buen trato a juzgar por los precios y la calidad. A continuación lanzará preguntas como:

¿Encontráis los precios justos en relación a la obra?

¿Existen oportunidades a disposición del público para disfrutar de algo tan valioso como es una obra de arte?

En este momento la persona dinamizadora dejará que se expresen y den sus opiniones. Una vez vertidas las opiniones se le puede preguntar al grupo de nuevo, ¿qué otras cosas se encuentran a nuestro alcance para disponer de ellas simplemente mediante un intercambio de dinero/siempre que podamos pagarlas? se puede hacer referencia a:

- Bicicletas.
- Coches.
- Clases particulares.
- Viajes.





CUARTA PARTE PARTICIPACIÓN GRUPAL – 10 MINUTOS

PARA CERRAR

En este punto se puede establecer la relación de la venta de arte, proyectando el spot de “NO INVIERTAS EN SUFRIMIENTO”

Es aquí cuando se realiza un repaso sobre los elementos de la dinámica haciendo una relación directa entre las Obras de Arte con las mujeres víctimas de Trata/explotación sexual.

¿Qué representaciones del cuerpo de las mujeres se transmiten? ¿Qué ideas acerca de la sexualidad femenina? ¿Qué muestran las obras ahora que sabemos qué representan?

NO INVIERTAS EN SUFRIMIENTO: <https://youtu.be/Rpdf1DFa-T8>



CLAVES IMPORTANTES

Se evidencia la cosificación de las mujeres.

Se deja claro que las mujeres que están en esta situación son utilizadas como objeto sin tener en cuenta sus derechos.

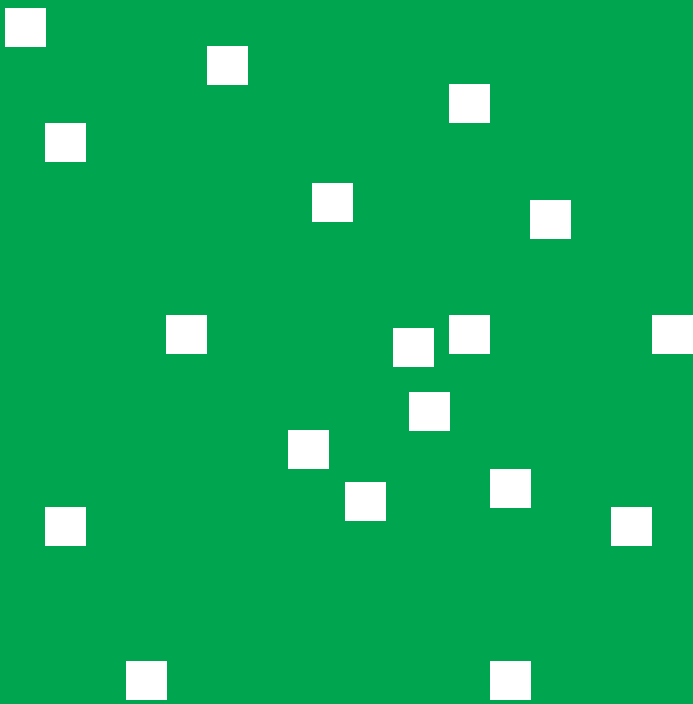
Se definen las características de los tratantes, poniendo en evidencia cómo sacan beneficio a este negocio y cómo generan demanda.

Se señala que los hombres que demandan prostitución pagan por usar el cuerpo de las mujeres para satisfacer su sexualidad.

Con esta unidad queda claro cómo se visibiliza la oferta y se facilita al demandante el acceso al “producto”, incluso dando facilidades económicas y de otro tipo. En cambio, habría que profundizar en:

- Mostrar las estrategias para la captación de mujeres.
- Poner en conocimiento como se tejen las redes para llevar a cabo el comercio con mujeres.

Se invita a los y las participantes a que expongan qué relación ven y qué les sugiere en la dinámica utilizada.



UNIDAD 4

EL BANQUETE

OBJETIVOS

- Reflexionar sobre la construcción de la sexualidad masculina haciendo de las mujeres una mercancía de fácil acceso.
- Prevenir el consumo de mujeres víctimas de Trata.
- Tomar conciencia sobre la demanda de prostitución como la causa de la cosificación de las mujeres y sobre la demanda como base de la construcción social sobre el cuerpo de las mujeres.

REFLEXIONES

- ¿Qué promueve la demanda?
- ¿Por qué hay hombres que usan a las mujeres como mercancía? ¿Cómo perciben las relaciones afectivo sexuales?
- ¿Por qué los demandantes no se cuestionan el sometimiento de las mujeres?
- ¿Qué secuelas deja en ellas?

MATERIALES

EN LA SECCIÓN
"IMPRIMIBLES"
DISPONE DE ESTOS
MATERIALES PARA
IMPRESIÓN:



Caja de cartón con la palabra TRATA.



Carta menú.



Proyector y ordenador.

DESARROLLO

DINÁMICA PARTICIPATIVA:

- Grupal toda la sesión. Divididos/as en dos grupos.

TEMPORALIZACIÓN APROXIMADA:

- 50 minutos.

PRIMERA PARTE PARTICIPACIÓN GRUPAL - 20 MINUTOS

1. Se divide al grupo en dos equipos de forma aleatoria. Un equipo representará el rol femenino y el otro el masculino (en el momento de organizar los grupos las personas participantes no deben saber que se formarán grupos en función de estos roles).

IMPORTANTE: NO SEPARAR POR SEXO. Tanto hombres como mujeres pueden estar en ambos grupos.

2. Una vez formados los grupos, explicaremos que uno de ellos participará en una dinámica activa y el otro lo hará desde una posición pasiva (observar y anotar), dando la posibilidad de cambiar de grupo siempre que se encuentre en el otro a alguien que esté dispuesto a ello, sin indicar todavía el rol que asumirá cada uno.
3. A continuación, indicamos a cada grupo que actuarán desde un rol determinado (masculino o femenino) situando a los/las participantes con el rol masculino en sillas formando un círculo, o alrededor de una mesa y al que asume el rol femenino rodeando al anterior.
4. El grupo que asume el rol femenino actuará como observador activo, indicándoles que deberán ir anotando todo aquello (actitudes, comentarios) que les llame la atención de lo que ocurra en el grupo de rol masculino, desde la perspectiva del rol que ejercen (femenino).

Por ello, este grupo estará situado alrededor del otro, de manera que pueda observar las reacciones, actitudes y comentarios que se puedan dar durante la dinámica. Al final de la actividad, este grupo participará en el debate exponiendo lo anotado.

5. Dentro de la caja de cartón se habrá colocado una cuartilla que lleva escrita la palabra TRATA, la caja permanecerá cerrada en mitad del círculo del grupo masculino durante toda la dinámica, sin dar ninguna explicación sobre su contenido, indicando que éste se desvelará más adelante.
6. Al grupo que se encuentra en el círculo central (el que asume el rol masculino) y que participará activamente, se le indica que se encuentra en un restaurante al haber sido invitado por un amigo muy cercano y querido a una celebración. Todos los miembros de la mesa son amigos del anfitrión y todos se conocen.

La persona dinamizadora es el anfitrión que ha invitado a los presentes (recordemos, todos hombres)

7. A continuación, se reparte la carta menú cerrada a cada participante, indicándole que no podrá abrirla hasta que se dé el aviso de hacerlo.

Es MUY importante que "los comensales" abran la carta a la vez y NO se adelante ninguno.

8. La carta contiene un menú muy especial, es un menú compuesto por succulentos platos elaborados con "bichos": gusanos, saltamontes, cucarachas, ratones, arañas, que a priori producen asco y repugnancia.

Una vez descubierto el menú "los comensales" estarán obligados a consumir/probar MÁS DE un producto de la carta.

9. Se dejarán unos minutos para que los comensales expresen sus opiniones sobre el menú, anotando las actitudes y comentarios. Durante esos minutos se animará a las personas participantes a consumir al menos dos o tres platos (anotarán lo que van a comer), utilizando comentarios como los siguientes:

- Animaos a probar. Por una vez no pasa nada.
- Os imaginaba más hombres, más tíos.
- Si tu amigo lo hace que es todo un tío, porque tú no.
- Vas a defraudar a tu amigo -que te ha invitado- no comiendo.
- El que se coma la parte más asquerosa es el más hombre.
- Creía que seríais capaces de hacer cualquier cosa por vuestro amigo.
- Por un amigo/colega se hace lo que haga falta, ¿no?
- Esto será un secreto y no se tiene que enterar nadie, por una vez que lo hagas...
- Él (señalando a alguien que se esté animando a escribir) está teniendo cojones ehh...
- Venga echadle huevos y hacedlo todos...
- En muchos sitios otras personas comen y no pasa nada.
- Desde luego, resulta muy apetecible. No hay que tener reparos y no hay que pararse a pensar en la mercancía.

Una vez generado este clima se les dirá que la caja o sobre que hay en el centro es un premio, una gratificación por haber demostrado lo "hombres que son" y que se les dará al final como recompensa por haber comido.

10. Los/as participantes entregan su carta/menú, con su elección escrita. A ambos grupos se les indica que abandonen su círculo.

Todas/os rodean la mesa/espacio que ha quedado vacío solamente con el sobre o la caja en el centro, sin abrir y sin tocar.

El contenido del sobre/caja se desvelará al final de forma relacional con lo experimentado y en conexión con la trata.

11. Continuamos con el grupo que asume el rol femenino, exponiendo cada una sus anotaciones y observaciones, destacando lo que más les ha llamado la atención de los comentarios del grupo con el rol masculino. Se abrirá un pequeño debate de no más de 15 min.

12. La persona dinamizadora establecerá conexiones entre los roles de uno y otro grupo y las diferentes visiones, conduciendo la línea argumental, para incidir en qué es la trata y la explotación sexual de mujeres y niñas.

CLAVES IMPORTANTES

- Se tiene que generar un espacio de reflexión abierto sobre esta cuestión:

¿QUÉ PENSÁIS QUE SIMBOLIZA EL MENÚ?

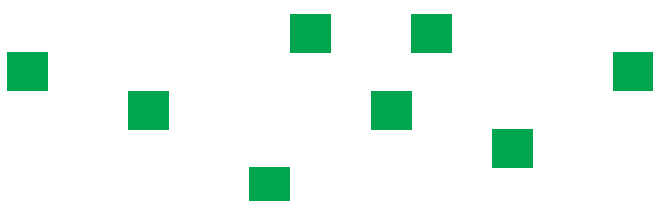
- Para contestar a esta pregunta se proyecta el spot "Escúchame".

Mensaje clave: EL MENÚ ES LA SITUACIÓN a la que se ven obligadas mujeres y niñas que están en una situación de explotación sexual, que se presentan como oferta para el consumo por el grupo que ejerce el rol masculino. Representan **situaciones reales en las que se encuentran MUCHAS MUJERES en España y en todo el mundo, sometidas a un entramado que genera enormes beneficios y que es un DELITO GRAVE y una VIOLACIÓN de los DDHH.**

SEGUNDA PARTE PARTICIPACIÓN GRUPAL - 20 MINUTOS

Este es el momento para que la persona dinamizadora abra el sobre y desvele que en realidad no es ninguna recompensa, de esta forma explica que lo que han fomentado en realidad (en la dinámica) con actitudes machistas, sexistas, heteropatriarcales (en línea de la prevención) son elementos típicos de las situaciones de TRATA Y EXPLOTACIÓN SEXUAL.

A continuación se proyecta el spot **ESCÚCHAME**: <https://vimeo.com/24383180>



FICHAS TÉCNICAS

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

FICHAS SOBRE: TRATA DE MUJERES Y NIÑAS CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL

APROXIMACIÓN GENERAL

La trata de personas es una violación de los derechos humanos y es considerada una forma de violencia contra las mujeres, fundamentalmente en el caso de la trata con fines de explotación sexual, pues son sus principales víctimas.

Incluso si el mercado de la prostitución es inmensurable en muchos sentidos, debido a su relación con la clandestinidad y la actividad delictiva, los datos disponibles a nivel internacional ponen de manifiesto su magnitud y el impacto en las mujeres. En concreto, la Organización Internacional del Trabajo estima que, en 2016, alrededor de 40,3 millones de personas han sido explotadas a nivel mundial (dentro de las distintas tipologías de explotación). Según la Unión Europea, el 80% de las víctimas registradas eran mujeres y niñas, aumentando esta ratio en el caso de la trata con fines de explotación sexual, donde las mujeres son el 95% de las víctimas. También se pone de manifiesto el impacto de la trata con fines de explotación sexual en niñas y niños, donde al menos el 15% de las víctimas registradas eran menores de edad.

Las víctimas de trata con fines de explotación sexual pueden tener diferentes destinos: la pornografía, el matrimonio forzado, la esclavitud sexual, los espectáculos eróticos, pero la mayoría de sus víctimas tienen como destino la prostitución, pudiendo afirmar que la trata con fines de explotación sexual es un instrumento básico para el mantenimiento de los mercados de la prostitución en las sociedades contemporáneas.

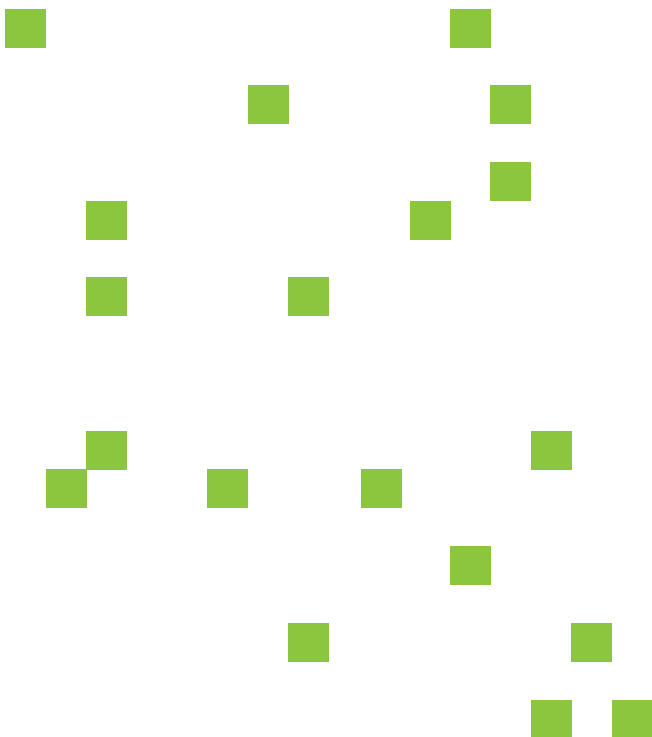
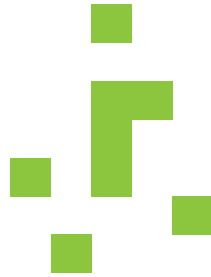
La trata de mujeres y niñas no es una situación nueva, anteriormente se conocía como "trata de blancas", término en desuso, ya que son objeto de trata mujeres de diversas culturas y etnias y el término excluía de la consideración de víctimas a todas aquellas que no fueran "blancas". A pesar de que hablamos de un sistema que existe desde hace mucho tiempo, podemos afirmar que la trata y la prostitución han evolucionado hasta convertirse en el negocio actual, un negocio muy rentable, que se caracteriza por conformar una industria global, interconectada, similar a las multinacionales, con entramados muy complejos, que implican a múltiples personas y empresas y en los que intervienen las redes de delincuencia organizada.

Nuestra realidad social – globalizada – facilita los movimientos del capital y de las mercancías, en este caso, seres humanos y, en el caso concreto de la prostitución y la explotación sexual, de mujeres y niñas, convirtiéndose, en el ámbito de la delincuencia, en uno de sus negocios más rentables. Su objetivo, proporcionar la materia prima - mujeres y niñas, generalmente procedentes de países pobres y/o en situación de gran inestabilidad – para abastecer el mercado de la prostitución – cuyos beneficiarios son hombres - de los países occidentales.

Con estas Unidades Mediáticas de Sensibilización (UMS) se pretende mostrar los elementos básicos de la trata:



- Las mujeres, que constituyen la mercancía.
- El negocio, un entramado que proporciona importantes beneficios a las redes de delincuencia, y que hay que potenciar haciéndolo atractivo para generar demanda que pague por la "mercancía".
- Los tratantes, piezas clave en el mantenimiento de un entramado que garantiza la oferta proporcionando "materia prima" y se presenta como una "industria".
- Los demandantes, la pieza fundamental para que el negocio se mantenga, pues solicitan la mercancía, gracias a la percepción de la prostitución como un servicio más del que pueden disfrutar.



FICHA 1 – LA LLAVE

LAS MUJERES, EL OBJETO DE CONSUMO

Las mujeres constituyen la mercancía, el objeto de la trata con fines de explotación sexual. Son subordinadas a los hombres y obligadas a prestar servicios a cambio de dinero, aprovechado su situación de vulnerabilidad o de pobreza, un engaño, la intimidación u otros medios que hacen que queden atrapadas y que, incluso cuando tienen la oportunidad de salir, crean que no tienen alternativas.

La trata con fines de explotación sexual se sostiene en torno a relaciones de poder desiguales que surgen del género, la economía y la desigualdad étnica, lo que justifica, en primer lugar, respecto al género, que la mayoría de las víctimas de trata sexual sean mujeres y niñas (en una relación de subordinación en la que el cuerpo de las mujeres se ofrece a los hombres, que las utilizan como objetos de consumo sexual).

Al factor género se suma la desigualdad socioeconómica, la clase social y la feminización de la pobreza: las mujeres y las niñas objeto de trata generalmente proceden de las áreas más vulnerables y empobrecidas. Así, la trata refuerza las desigualdades socioeconómicas globales. Tal y como señala Sheila Jeffreys (2009) los países occidentales llenan sus burdeles (y otras áreas de prostitución) con cuerpos de mujeres de otras regiones empobrecidas y de minorías culturales.

La vulnerabilidad de las mujeres facilita la captación, el convencimiento de éstas de aceptar una oferta que, dada la falta de otras alternativas aceptables, mejorará su situación. Esta misma situación de vulnerabilidad, unida a otros elementos – no siempre coercitivos – permitirá someter a las mujeres a situaciones muy gravosas, atrapándolas de manera que consideren imposible salir. De hecho, uno de los elementos de coacción más habitual es la servidumbre por endeudamiento, que consigue vincular a las mujeres con el tratante y al proxeneta, impidiéndoles salir utilizando castigos, multas, extorsión, etc.

Las mujeres y niñas objeto de trata salen de su entorno familiar y cultural, procedentes de países o entornos donde hay importantes carencias en el ámbito de la igualdad de oportunidades y, en muchas ocasiones, cuentan con una historia de violencia. Son sacadas de su entorno y llevadas a otros países, o lugares en los que se encuentran completamente perdidas, para vender sus cuerpos. Desconocen sus derechos, no tienen información y son sometidas a situaciones que van a producir grandes cambios en su estado mental y físico.

En la prostitución y la explotación sexual se potencia en las mujeres la muestra de rasgos considerados femeninos, tradicionales, respondiendo a la imagen de servicio a los demás, agrado - en especial al varón, tanto a nivel de comunicación, como a nivel sexual - y donde se da una gran importancia al cuerpo femenino como objeto de deseo.

En la trata y la prostitución se fomenta por tanto la cosificación del cuerpo de las mujeres, convirtiéndolas en meros objetos de consumo, sometidas a los deseos de los hombres. Es una forma de violencia contra las mujeres.



FICHA 1 – LA LLAVE

LAS MUJERES, EL OBJETO DE CONSUMO



IDEAS FUERZA

La trata es un negocio en el que la mercancía son mujeres y niñas.

El objeto de consumo,
las mujeres,
se ofrece a los hombres.

LA VULNERABILIDAD DE LAS MUJERES FAVORECE SU CAPTACIÓN Y EL SOMETIMIENTO A SITUACIONES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL (LA POBREZA, ENTORNOS FAMILIARES VIOLENTOS, CONTEXTOS DE DESIGUALDAD...).

Las mujeres atrapadas en la explotación sexual responden al estereotipo de lo “femenino”, la imagen de servicio a los demás y de objeto sexual.

FICHA 2 – EL NEGOCIO

LA “INDUSTRIA DEL SEXO” Y LA CREACIÓN DE DEMANDA DE MUJERES Y NIÑAS OBJETO DE TRATA.

El objetivo de la trata y la explotación sexual es obtener un beneficio económico muy cuantioso. No importa en qué consista el negocio, lo que importa es el beneficio que genera.

La trata con fines de explotación sexual debe vincularse directamente con la prostitución, que es el mercado al que la trata proporciona mujeres y niñas, renovando así la "oferta" de manera constante y garantizando la variedad de mujeres (mejor las más jóvenes y más "exóticas") y de precios, facilitando el acceso a la prostitución y a las mujeres de manera fácil y barata, pues para que la trata sea un negocio rentable, se requiere que la prostitución adquiera grandes dimensiones.

De acuerdo con lo anterior, trata y prostitución son sistemas entrelazados, pues es imposible que la gran industria transnacional de la prostitución pueda ser abastecida sin recurrir a la trata y la explotación sexual.

Si bien es cierto que la "industria del sexo" es la que suministra mujeres al mercado, es la demanda de los hombres es la que asegura que el sistema funcione. Sin compradores de sexo, la trata sexual no sería rentable. Así lo reconoció el Parlamento Europeo, cuando aprobó, en febrero de 2014, una resolución sobre explotación sexual y prostitución y su impacto en la igualdad de género en la que se destacaba la responsabilidad de la demanda.

Por tanto, se puede afirmar que los hombres que compran sexo, no sólo sostienen la industria del sexo, sino que han desencadenado su crecimiento exponencial. No obstante, la industria del sexo invierte esfuerzos para crear una nueva demanda, a través de mecanismos de normalización de determinadas conductas en el imaginario social, de manera que el mercado de prostitución se convierta en el lugar donde se satisfacen las demandas emergentes generadas a través de otras industrias, como es el caso de la pornografía, que se ha convertido, tal y como señala Rosa Cobo (2017) en el marketing de la prostitución.

En España, además, en las últimas décadas hemos visto un rápido crecimiento en la prostitución y en la publicidad, tanto en internet como en los espacios públicos, especialmente en las ciudades grandes como Madrid y Barcelona. Este tipo de publicidad hace que la prostitución sea más accesible y actúa como un facilitador de la prostitución, que se encuentra al alcance de cualquier persona, sin acudir a sitios webs u otros soportes publicitarios específicos. La publicidad genera, además, una normalización de la prostitución como una actividad de supervivencia para mujeres en riesgo de exclusión social que podrían ser capturadas por los proxenetas y redes de trata.

La publicidad es sólo un ejemplo de los muchos negocios lícitos que contribuyen en el mantenimiento de la prostitución y en la generación de una imagen normalizada, fomentando su utilización como un servicio más dirigido al ocio y la diversión (de los hombres). Así, encontramos profesionales que prestan legalmente servicios a quienes directamente se lucran de la explotación de las mujeres.



FICHA 2 – EL NEGOCIO



LA "INDUSTRIA DEL SEXO" Y LA CREACIÓN DE DEMANDA DE MUJERES Y NIÑAS OBJETO DE TRATA.

IDEAS FUERZA

El negocio de la trata genera importantes beneficios.

LA TRATA SIRVE PARA ABASTECER EL MERCADO DE LA PROSTITUCIÓN.

PARA ASEGURAR QUE EL NEGOCIO FUNCIONE Y SIGA CRECIENDO SE NECESITAN HOMBRES QUE DEMANDEN PROSTITUCIÓN.

Para que los hombres participen de este mercado es necesario facilitar la información a través de la publicidad.

PARA QUE EL MERCADO CREZCA SE NECESITA LA COMPLICIDAD DE LA SOCIEDAD, QUE NORMALICE EL CONSUMO DE PROSTITUCIÓN Y NO LO CONSIDERE REPROBABLE.

FICHA 3 – EL TRATO

TRATANTES Y PROXENETAS, DISFRAZADOS DE “EMPRESARIOS”.

La denominación de tratante y proxeneta hace referencia a la persona que, de manera directa y consciente, está cometiendo el delito de trata y explotación sexual, donde la práctica totalidad de las víctimas son mujeres y niñas.

Estos términos harían por tanto referencia a las personas vinculadas directamente con la captación de las mujeres, su introducción y su mantenimiento en la prostitución y que obtienen sus beneficios directamente de las mujeres (no sólo de su situación de prostitución, sino derivados de cualquier servicio que se les pudiera proporcionar: alojamiento, comida, asistencia sanitaria, asistencia legal, etc.).

Convertir la prostitución en un negocio muy rentable requiere una estructura compleja, en la que deben participar una multiplicidad de actores, donde ha resultado fundamental la globalización actual, pues esta industria crece gracias a su dimensión transnacional y a un trabajo interconectado, por un lado, con los agentes que en origen captan a mujeres que, por su vulnerabilidad, aceptan iniciar un proceso que hará que queden atrapadas en la prostitución; por otra parte, con quienes ofrecen la “mercancía” en su destino, que no sólo alojan y controlan a las mujeres, sino que deben implicar a otros agentes para garantizar la publicidad de la prostitución y fomentar la demanda de servicios sexuales.

El proxeneta obtiene un lucro directo de la prostitución de las mujeres a través de distintos mecanismos de control que no siempre son evidentes, sembrando la duda acerca de la “libertad” de las mujeres que les proporcionan los beneficios. Así, tal y como afirma Beatriz Ranea, se trabaja en una percepción social de la trata y la prostitución como dos realidades totalmente distintas y esta distancia entre ambas funciona como un mecanismo para desvincular a los hombres, y también a los “proxenetas/empresarios” de su responsabilidad ética y, en el caso del proxeneta, penal. Se identifica la trata como algo negativo y evitable, pero no se hace nada para detenerlo. Por el contrario, se fomenta la justificación del consumo de prostitución en la idea de la “prostituta libre”.

Al considerar la trata y la prostitución dos realidades diferenciadas y no interconectadas, se fomenta su normalización, no sólo entre los hombres, potenciales consumidores, hombres “normales”, cuya percepción coincide con la descrita, de manera que no piensan en las consecuencias de sus actos y cuánto sufrimiento pueden producir al comprar sexo. Esta percepción se extiende además a toda la sociedad, teniendo como consecuencia la falta de desaprobación social, que es el elemento esencial para lograr la demanda de prostitución y, por ende, la de mujeres y niñas objeto de trata.

De acuerdo con lo anterior, debemos ser conscientes de que este delito se mantiene gracias a la normalización de la conducta, no sólo la del demandante de prostitución, al que se coloca en una esfera de poder y ejercicio libre de su sexualidad, sino a la visión normalizada del proxeneta, al que se percibe como un empresario, igual que muchos otros, cuando en realidad su “negocio” está asentado en la explotación del cuerpo de las mujeres y el sometimiento de éstas a los deseos y exigencias del sexo masculino. En este sentido, es importante desterrar la idea de que unos seres humanos permanezcan subordinados a otros para su consumo y satisfacción.



FICHA 3 - EL TRATO

TRATANTES Y PROXENETAS, DISFRAZADOS DE "EMPRESARIOS".



IDEAS FUERZA

Tratantes y proxenetas son delincuentes, aunque se presentan como empresarios.

El "negocio" de la trata está asentado en la explotación del cuerpo de las mujeres y el sometimiento a los deseos y exigencias del sexo masculino.

La trata es un negocio con una estructura muy compleja, de la que participan algunos negocios lícitos.

**PARA EL AUMENTO EXPONENCIAL DEL BENEFICIO
ES NECESARIO SEPARAR
LA PROSTITUCIÓN DE LA TRATA Y QUE
COMPRAR SEXO
NO SE ASOCIE AL SUFRIMIENTO DE LAS
MUJERES.**

FICHA 4 – EL BANQUETE

LA RESPONSABILIDAD DE LOS HOMBRES QUE DEMANDAN PROSTITUCIÓN.

Ya se ha señalado que la trata con fines de explotación sexual se configura como un negocio que implica a redes de delincuencia a las que proporciona importantes beneficios, pero no debemos olvidar que el negocio consiste en suministrar mujeres a los mercados de prostitución, mercados que son frecuentados por hombres.

Por tanto, los hombres que demandan prostitución son el elemento clave para que todo el entramado funcione y produzca los beneficios que permiten que los tratantes mantengan la industria, pues sin compradores de sexo, no sería rentable. La falta de demanda masculina acabaría con la prostitución y, por lo tanto, no habría trata sexual, pues no habría mercado al que abastecer. Esta simplicidad debe ser tenida muy en cuenta para comprender la responsabilidad de la demanda de prostitución que hace que este negocio criminal y transnacional continúe.

Por tanto, en la prostitución, destino mayoritario de las víctimas de trata con fines de explotación sexual-, los hombres constituyen el sujeto al que se "suministra" la "mercancía", y reproducen, al comprar el cuerpo de las mujeres, valores que reafirman un modelo de masculinidad incompatible con la igualdad de género. Los hombres, que han sido socializados en la desigualdad de género, encuentran en la prostitución un escenario donde pueden ejercer los privilegios masculinos.

Desde su percepción como hombres, la prostitución se usa para reafirmar la masculinidad. Por ello, cuando pagan por un encuentro sexual con una mujer buscan una ficción de feminidad, el modelo de feminidad consistente, entre otros, en la sumisión, la complacencia o la satisfacción del hombre, la escucha y la comprensión de sus necesidades. Por otra parte, en la prostitución percibe a la mujer como un objeto de deseo masculino sin tener en cuenta su deseo y subjetividad, es decir, manteniendo los valores de la masculinidad patriarcal.

Aunque no se cuenta con cifras actualizadas en relación al consumo de prostitución, España es uno de los países de Europa donde el número de hombres que alguna vez ha pagado por el sexo es más alto. En concreto, los porcentajes disponibles muestran que el 32% (CIS, 2009) o el 39% (ONU, 2010) de los hombres han comprado sexo al menos una vez en la vida. Si a los compradores locales de sexo les sumamos aquellos de otra procedencia que ven en España un lugar del turismo sexual esta cifra aumenta.

Para comprender cómo se alimenta y mantiene la trata con fines de explotación sexual es importante tener en cuenta las percepciones de los compradores de sexo sobre la trata y la explotación sexual. En este sentido, un estudio cualitativo sociológico "masculinidad hegemónica y prostitución femenina" llevado a cabo por Beatriz Ranea, que aborda la relación entre la construcción social de la masculinidad y la prostitución femenina, refleja que la mayoría de hombres consumidores de prostitución entrevistados, son demandantes habituales. Con respecto a la trata, ninguno de los entrevistados piensa en su papel clave en el mantenimiento de la trata y la explotación sexual al comprar prostitución. Generalmente consideran la trata sexual y la prostitución como dos realidades totalmente distintas y esta distancia entre ambas funciona como un mecanismo para desvincularse de su responsabilidad ética. Identifican la trata como algo negativo y evitable, pero no hacen nada para detenerlo. Estos hombres justifican sus acciones al recrear la idea de la "prostituta libre".



FICHA 4 – EL BANQUETE



LA RESPONSABILIDAD DE LOS HOMBRES
QUE DEMANDAN PROSTITUCIÓN.

IDEAS FUERZA

Los mercados de prostitución
se abastecen de mujeres
y son frecuentados por
hombres.

**PARA ACERCAR A LOS HOMBRES
AL MERCADO
QUE GENERA LA TRATA SE
DIFUNDE UNA IMAGEN
DE LA MASCULINIDAD
INCOMPATIBLE
CON LA IGUALDAD DE GÉNERO.**

**Cuando pagan por una mujer buscan
su satisfacción a través de un modelo de feminidad
consistente en la sumisión de las mujeres.**

**LOS HOMBRES QUE CONSUMEN
PROSTITUCIÓN
NO SE PLANTEAN QUE PUEDAN TENER
UN PAPEL CLAVE EN LA TRATA Y LA
EXPLOTACIÓN SEXUAL.**

GLOSARIO

GLOSARIO DE TÉRMINOS RELACIONADOS CON LA TRATA DE MUJERES Y NIÑAS CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES: La igualdad de derechos y libertades en la participación, reconocimiento y valoración de mujeres y hombres en los distintos ámbitos sociales (laboral, económico, político, cultural, así como en las esferas públicas y privadas).

Comprende todas las estrategias y herramientas que, amparadas por la normativa internacional y nacional, sirvan para hacer real la igualdad formal recogida en las leyes.

DISCRIMINACIÓN CONTRA LAS MUJERES: Toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera.

ROLES: Tareas o estereotipos asociados tradicionalmente a hombres y mujeres en atención a sus diferencias biológicas. Así, a las mujeres se les asocian roles relacionados con la reproducción o el cuidado de los hijos e hijas, asociándose a los hombres las tareas productivas, de mantenimiento económico, relacionadas con el ámbito público.

VIOLENCIA SOBRE LAS MUJERES: Todo acto de violencia basado en el género que implica o puede implicar para las mujeres daños o sufrimientos de naturaleza física, sexual, psicológica o económica, incluidas las amenazas de realizar dichos actos, la coacción o la privación arbitraria de libertad.

Es una violación de los derechos humanos y una forma de discriminación contra la mujer, que puede ser llevada a cabo en el ámbito familiar, por la comunidad o por el Estado.

VIOLENCIA DE GÉNERO: Violencia - física o psicológica, incluidas las agresiones a la libertad sexual, las amenazas, las coacciones o la privación arbitraria de libertad - que, como manifestación de la discriminación, la situación de desigualdad y las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres, se ejerce sobre éstas por parte de quienes sean o hayan sido sus cónyuges o de quienes estén o hayan estado ligados a ellas por relaciones similares de afectividad, aun sin convivencia.

VIOLENCIA SEXUAL (agresión sexual, violación y abuso sexual): Cualquier acto, intento o amenaza de naturaleza sexual que haya causado o pueda causar un daño físico, psíquico o emocional. Se trata de una conducta ejercida con violencia (utilización de la fuerza física) o intimidación (conducta de tipo psicológico dirigida a infundir temor). Constituye una forma de tortura y trato cruel, inhumano o degradante, que puede producirse entre otros, en el interior de la familia, en la comunidad, en el trabajo, en situaciones de conflicto armado.



VIOLENCIA DOMÉSTICA: Toda acción u omisión cometida en el seno de la familia por uno de sus miembros, que menoscaba la vida o la integridad física o psíquica, o incluso la libertad de la mujer, y causa un serio daño al desarrollo de la personalidad.

Sujeto activo o pasivo: tanto el hombre como la mujer, unidos por cualquiera de las relaciones previstas en el artículo 173.2 CP (marido, hijos/as, hermanos/as).

TRATA DE MUJERES Y NIÑAS: La captación, transporte, traslado, acogida, recepción, incluido el intercambio o transferencia de control sobre una persona, para someterla a explotación o esclavitud.

Cuando se utiliza violencia, intimidación, engaño, abuso de una situación de superioridad o de necesidad o de vulnerabilidad, entrega o recepción de pagos o beneficios a alguien que ejerza un control sobre la víctima, el consentimiento se considera nulo, no ha existido.

En el caso de personas menores de edad, existirá trata aun cuando no se hayan utilizado ninguno de estos medios indicados para obtener el consentimiento.

TRÁFICO DE INMIGRANTES: La facilitación de la entrada ilegal de una persona en un Estado parte del cual dicha persona no sea nacional o residente permanente con el fin de obtener, directa o indirectamente, un beneficio financiero u otro beneficio de orden material.

EXPLOTACIÓN: Es la imposición de un trabajo o de servicios forzados, la esclavitud o prácticas similares a la esclavitud, a la servidumbre o a la mendicidad; la explotación sexual, incluyendo la pornografía; la explotación para realizar actividades delictivas; la extracción de sus órganos corporales; la celebración de matrimonios forzados.

TRABAJO O SERVICIO FORZADO: Aquel que se impone contra la voluntad de un individuo bajo la amenaza de una pena cualquiera.

Según el Derecho Internacional vinculante para España el concepto de "trabajo" comprende tanto cualquier actividad laboral productiva reglada, como aquella que no lo está. En consecuencia, en este concepto estaría incluido el reclutamiento de menores para interferir en conflictos armados o para la comisión de hechos constitutivos de delito.

ESCLAVITUD O PRÁCTICAS SIMILARES A LA ESCLAVITUD: El ejercicio por una persona del derecho de propiedad sobre otra. La persona esclavizada puede ser utilizada para la realización de cualquier actividad lucrativa o no, entre ellas, prácticas relativas al abuso y/o a la explotación sexual de un tercero.

SERVIDUMBRE: El estado o la condición de dependencia de una persona a la que otra persona obliga a prestar cualquier servicio sin justificación alguna y creyendo la primera razonablemente que no tiene otra alternativa que la de prestar el servicio.

COACCIÓN: Recurso a la fuerza o violencia física o la amenaza de su uso para obligar o impedir que una persona diga algo o realice alguna acción.

ENGAÑO: Acción por la que se induce a una persona a creer lo que no es cierto, a sabiendas de que se está ocultando la verdad. Con respecto a la trata de personas, desinformación o información errónea acerca de dónde será trasladada y qué ocurrirá en destino.

EXPLOTACIÓN SEXUAL: La explotación sexual abarca muy diversas situaciones, como la explotación de la prostitución ajena, la utilización de las víctimas para elaborar material pornográfico, su exhibición en espectáculos pornográficos o el turismo sexual. También algunas formas de actuación de las fuerzas de pacificación, el matrimonio forzoso, así como otras formas de explotación sexual no comercial se incluyen entre las formas de explotación sexual.

La explotación sexual a través de la prostitución - el destino más habitual de las víctimas de la trata de personas y el que está alcanzando mayores dimensiones en la actualidad, por el volumen de beneficio que genera - es aquella que consiste en ofertar el cuerpo de una

tercera persona en el “mercado del sexo”, obteniendo beneficios económicos por ello, ya sea mediante la prostitución (forzada o consentida ante una situación de vulnerabilidad o sometida a condiciones gravosas) u otras formas de comercio sexual, incluidos los actos pornográficos o la producción de material pornográfico.

VÍCTIMA DE TRATA CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL: Situación de una persona - en su mayoría mujeres y niñas - a la que, una vez captada en su país de origen o lugar de procedencia, se le niega la libertad de decidir sobre su forma de vida, sin derechos y coaccionada o condicionada por una deuda o cualquier otra circunstancia derivada del engaño, cuyo destino es la prostitución.

PROSTITUCIÓN: Actividad que consiste en realizar prácticas sexuales a otra persona a cambio de una contraprestación económica o pago. Supone un ejercicio de poder y de dominación, mediante el que una persona, generalmente una mujer, tiene que ponerse al servicio de otra, pasando por encima de sus propios deseos o necesidades. Con ello la persona prostituida pierde el sentido de su propia sexualidad y de la decisión autónoma sobre la misma.

PORNOGRAFÍA: Toda representación, por cualquier medio, de una persona – generalmente mujeres – como objeto sexual a disposición del placer masculino.

PROXENETISMO: Actividad que consiste en lucrarse de la prostitución de una tercera persona. El proxenetismo supone contribuir, facilitar o promover la prostitución para beneficiarse de ella de cualquier forma, incluyendo al alquiler y/o venta de bienes y servicios relacionados con el ejercicio de la prostitución.

PROSTÍBULO/CLUB: Lugar en el que se produce la demanda y oferta de mujeres para la prostitución. Este lugar no es el único espacio de venta de servicios sexuales, sino uno de tantos (pisos, espacios abiertos, casas de masajes, etc.).

DEMANDANTE: Hombre que consume o demanda servicios sexuales, proporcionados generalmente por mujeres, y paga por ellos. Es la persona que sostiene la industria del sexo, denominado también prostituidor, prostituyente o putero.

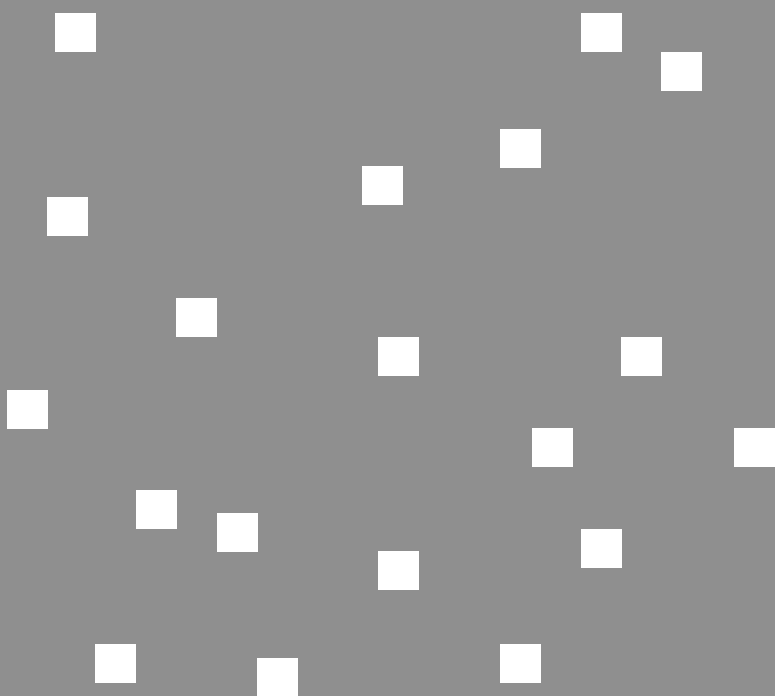
INDUSTRIA DEL SEXO: Término utilizado por las empresas que operan en el sector de la prostitución, para hacer referencia a una gran variedad de negocios (macro-burdeles, casas de masajes, agencias de “acompañantes”, industria pornográfica, sexo telefónico, video streaming, turismo sexual...). Estas empresas ocupan un lugar importante en la economía mundial y ejercen como “lobbies” para la normalización de la prostitución por parte de la sociedad.

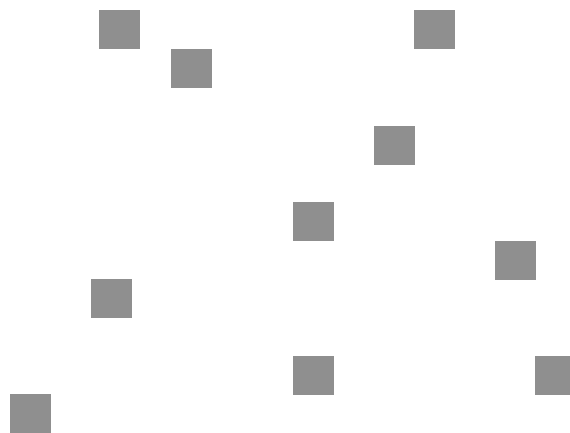
Entre los negocios que se benefician de esta “industria” se encuentran aquellos que no están directamente vinculados a la prostitución pero obtienen beneficios de forma indirecta, proporcionando alojamiento, publicidad, transporte, etc.

DERECHOS HUMANOS: Son, según la teoría jurídica del iusnaturalismo, derechos inalienables y pertenecientes a todos los seres humanos. Según dicha teoría, estos derechos son necesarios para asegurar la libertad y el mantenimiento de una calidad de vida digna y deben ser garantizados a todas las personas en todo momento y lugar.

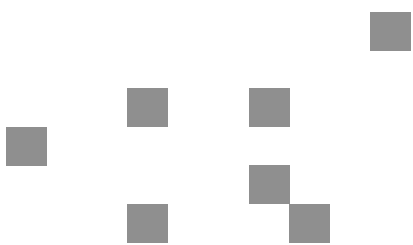
TRATA DE BLANCAS: Un término que fue utilizado erróneamente en el pasado para referirse a la trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual, en un contexto de desigualdad y discriminación en el que se consideraba que las mujeres blancas no debían ser explotadas o esclavizadas, pudiendo esclavizar a las mujeres de otras etnias.

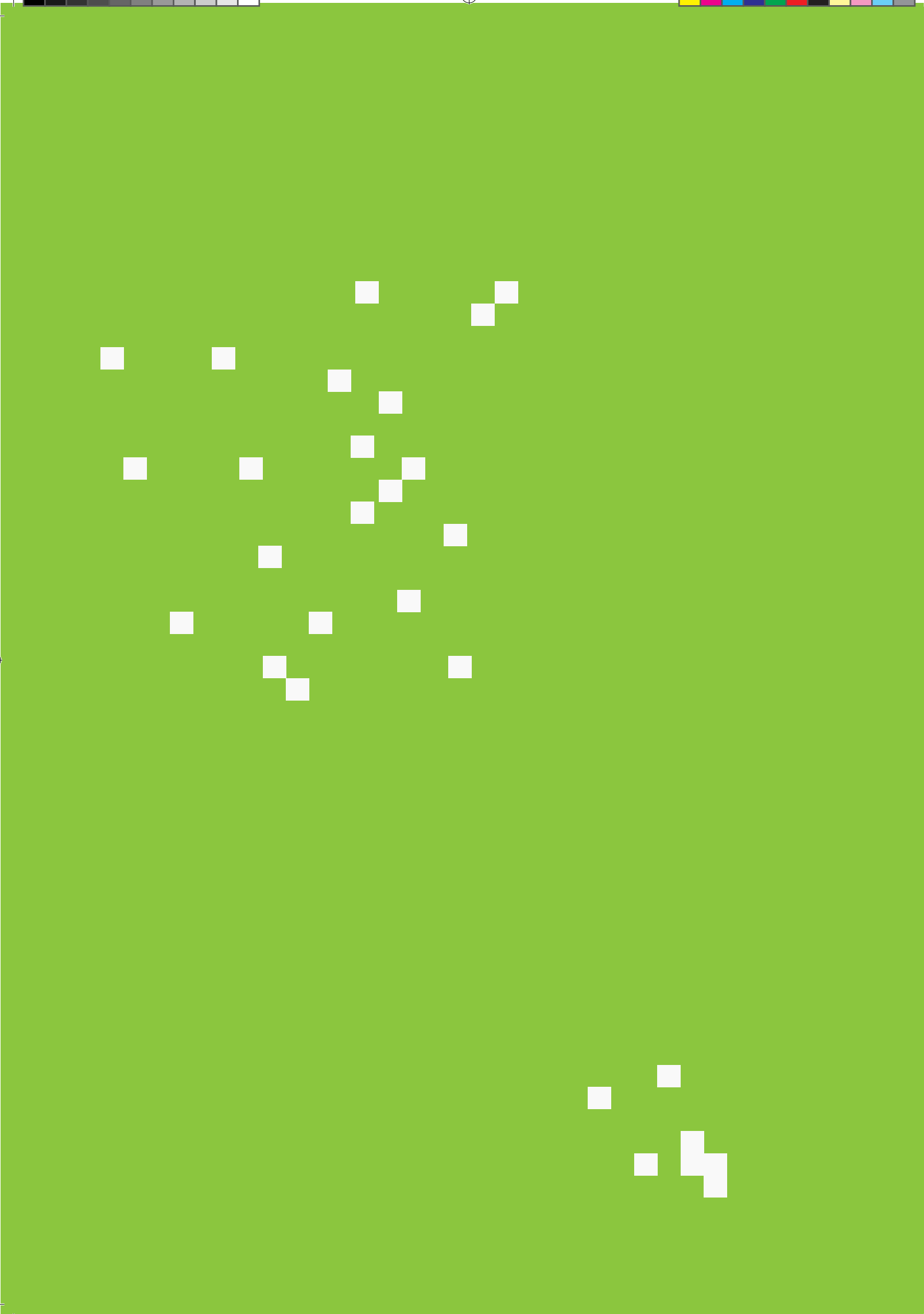
TURISMO SEXUAL: Es una realidad similar a la trata de personas a través de la cual, en lugar de transportar a la persona que ejerce la prostitución, es el demandante de estos servicios el que viaja o se traslada temporalmente. Las niñas y niños son especialmente vulnerables a esta modalidad de explotación sexual.





MATERIAL IMPRIMIBLE







MATERIALES – UNIDAD 1

LA LLAVE

PARA GRUPO DE PARTICIPANTES JÓVENES



- En el colegio o instituto se hablara mal de ti.
- No dispondrás de teléfono móvil ni ordenador.
- No podrás tener redes sociales.
- Te deberás ir con otra familia.
- Diremos a tus amigos y amigas que no eres de fiar.
- Tu familia conocerá datos de ti que no quieres que nadie conozca.

PARA OTROS GRUPOS DE PARTICIPANTES

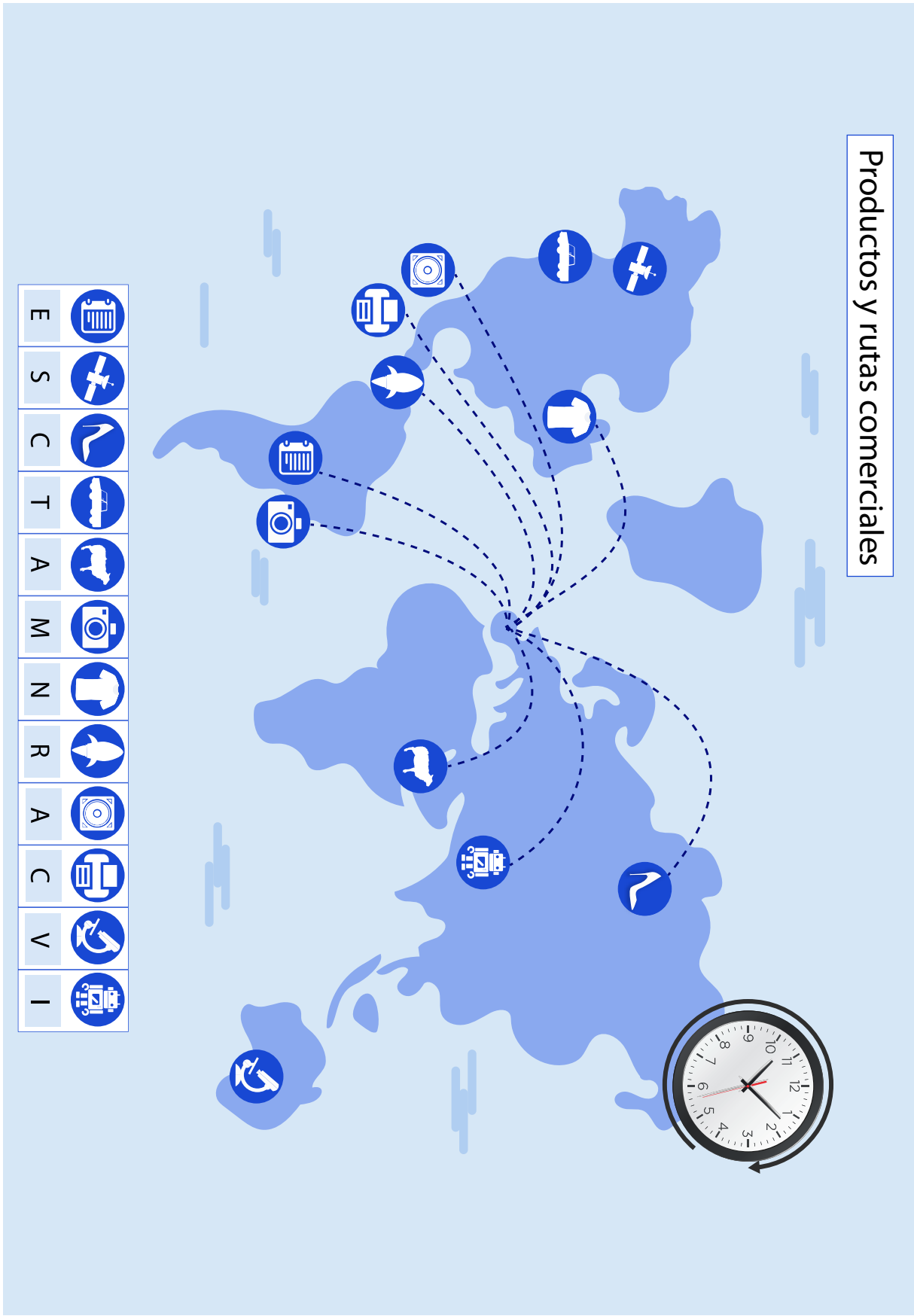


- Te haremos malas recomendaciones en trabajos.
- En las redes sociales se hablará mal de ti.
- El banco te desahuciará de tu casa o se te embargarán las cuentas.
- Diremos a tu entorno que no eres de fiar.
- Tu familia conocerá datos de ti que no quieres que nadie conozca.



MATERIALES - UNIDAD 2

EL NEGOCIO





MATERIALES - UNIDAD 2

EL NEGOCIO



EMILIO

Director de Ventas

1+

Calle Búho, 3 cuco@gmail.com
Tel.: 925 942 259



SALVA

Comercial

0

Luna, 46 luna@gmail.com
Tel.: 859 112 365



TINGO

Mercado Producción

9

Valencia, 44 tingo@mail.com
Tel.: 459 663 211



AMELIO

Comercial

0=

Gran Vía, 74 ame@gmail.com
Tel.: 896 512 235



ANTÓN

Director de Ventas

2+

Calle Viento, 5 ant6@gmail.com
Tel.: 894 512 955



MMARTÍN

Comercial

1+

Calle Blú, 123 mar@gmail.com
Tel.: 895 631 122



NNACHO

Comercial

2=

Principal, 3 nacho@mail.com
Tel.: 256 663 874

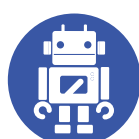


RRAMIRO

Ingeniero

1=

Av Ancha, 12 rami@hormail.com
Tel.: 855 998 515



IGNACIO

Programador

2+

Calle Ave, 55 igco@mail.com
Tel.: 966 452 223



VVICEN

Ventas

58

Pingüino, 12 viecen@mail.com
Tel.: 935 665 596



CCAMILO

Comercial

2+

Calle del Perro, 9 cr2@yahoo.es
Tel.: 465 693 114



CCARLOS

Ventas

3+

Calle Árbol, 4 car5@gmail.com
Tel.: 965 441 223



MATERIALES - UNIDAD 2

EL NEGOCIO

CATÁLOGO DE PRODUCTOS



LAURA 28 AÑOS
Simpática, con delicados gustos y caprichosa



SUSANA 17 AÑOS
Tímida, cariñosa y pícaro



TINA 18 AÑOS
Exótica, sensual y con mucho ritmo



ANNA 20 AÑOS
Estudiante muy obediente



NADIUSKA 21 AÑOS
Inteligente, cariñosa y aplicada



VANESA 16 AÑOS
Dulce y muy agradable al tacto



MATERIALES - UNIDAD 4

EL BANQUETE



TRATA

MENU

*Para paladares exigentes y atrevidos,
los más excitantes
sabores*



Sabrosas empanadas crujientes gratinadas, rellenas de pechuga de rata



Delicioso nido de gusanos con salsa de lima y arroz yamani



Tacos picantes de grillos y guacamole

Parmesana de berenjenas con delicia de orugas



DELICIAS



Capricho jugoso de saltamontes

Postre estrella sentidos del bosque, gusanos caramelizados con naranja amarga romero



Refrescante sushi familia feliz



Ensalada afrodisíaca de escorpión

ESPECIALES

