La trata de personas: estrategias innovadoras para reducir el mercado

Por Isabelle Jackson[1] & Cristiana Little[2]
Abril 2015

"La aplicación de la ley no está diseñada para centrarse en por qué ciertos individuos son vulnerables o qué subyace a la demanda de trabajo forzoso. Un esfuerzo integral que involucre a todos los sectores de la sociedad es la única forma en que impediremos que estos delitos ocurran." -- Jonathan Tordes[3]

La trata priva a millones de víctimas de sus derechos humanos y dignidad. Al mismo tiempo, también produce miles de millones en la economía mundial. Generando una ganancia anual de 32 mil millones de dólares[4], se ha ganado su lugar como el segundo mercado ilícito más lucrativo del mundo[5]. Tal como ocurre en otros mercados, los criminales desarrollan sus negocios considerando los factores económicos para maximizar los beneficios y disminuir los costos. Es un fenómeno complejo, alimentado por un suministro de hombres y mujeres vulnerables impulsado por la demanda de mano de obra y sexo baratos[6]. Aunque muchos países y grupos internacionales han promulgado leyes para luchar contra este problema, las estrategias deben tener en cuenta la oferta y demanda y los múltiples actores involucrados. Es menester implementar aquellas que complementen la persecución penal; la prevención de la trata a través de los canales tradicionales (los sistemas criminales) es necesaria pero no suficiente. En la última década, las ONGs, los Estados y los movimientos sociales de todo el mundo han buscado ampliar el espectro de sus esfuerzos más allá de la persecución penal, usando métodos innovadores para reducir la trata.

Cómo debemos combatir la trata de personas

En América Latina, la trata de personas es un problema grave que afecta a cerca de 2 millones personas[7]. Para luchar eficientemente contra este fenómeno en el siglo XXI, deben implementarse estrategias nuevas e inteligentes. Aunque la legislación y aplicación de la ley han progresado en muchos países, es preciso implementar medidas que fortalezcan los métodos tradicionales. Luchar contra la trata desde un solo ángulo sería ignorar los muchos factores del mercado.

En este texto, vamos a identificar y analizar seis estrategias implementadas globalmente que reducen el mercado de la trata. Las estrategias han sido implementadas en Asia, Europa y América, y cada una incide sobre un aspecto distinto del asunto. Si las medidas se aplican de una manera sistemática y holística, creemos que pueden combinarse para proporcionar intervenciones que tengan mayores probabilidades de reducir el mercado y este problema global.

---

[1] Barnard College of Columbia University
[2] University of Delaware
[3] http://jia.sipa.columbia.edu/online-articles/great-debate-law-enforcement-alone-enough-reduce-human-trafficking/ (Traducido de inglés a español). La traducción nos pertenece.
[4] http://www.unodc.org/documents/human-trafficking/UNVTF_fs_HT_EN.pdf
[5] https://notforsalecampaign.org/human-trafficking/
[6] http://iis-db.stanford.edu/pubs/23755/BriskL__Final_06_18_12.pdf
[7] http://www.fundacionmariadelosangeles.org/images/pdf/manual-de-intervencion-de-casos-de-trata-de-personas-en-argentina.pdf

I. Empoderamiento económico: microfinanciamientos

La falta de oportunidades económicas deja a la gente vulnerable a la trata. Sin educación y trabajo, a hombres y mujeres solo les quedan pocas opciones para mantener a sus familias. Como consecuencia, los tratantes se aprovechan de esto, ofreciendo a las víctimas trabajos engañosos que no pueden rechazar. Este factor que posibilita la trata puede ser combatido a través del aumento de las oportunidades de empleo y del apoyo económico en las comunidades vulnerables.

En 2008, la Asociación para Promover el Desarrollo Sustentable de la Comunidad de Laos (LA, por su acrónimo en inglés) y la Organización Internacional del Trabajo trabajan juntos para crear fondos de desarrollo rural (VDF, por su acrónimo en inglés)[8]. Miembros de la comunidad pueden pedir préstamos para invertir en empresas locales. A los prestatarios también se les ofrecen cursos de capacitación para administrar mejor sus nuevas inversiones y para asegurar su éxito. El proyecto de microfinanzas ha fortalecido las comunidades, dándoles la oportunidad de hacerse cargo de su propia situación económica, mientras se desarrolla un sentido de propiedad y orgullo. El desarrollo de habilidades de los vecinos les permite manejar sus negocios. Además, el fácil acceso a los préstamos les ha permitido reducir sus deudas. La formación profesional ha proporcionado puestos de trabajo para mujeres y niños que, de otra manera, serían vulnerables a la trata. En 2014, LA había establecido VDFs en 60 pueblos en Laos y el esquema de VDF será replicado en otras áreas y proyectos[9].

Una mujer de Akha en Phongsaly, Laos, participa durante la planificación del desarrollo del pueblo[10]

II. Cambio cultural: programas educativos en México

Una de las mayores fuerzas impulsoras en el mercado de explotación sexual es la demanda de víctimas. El aumento de esta industria proviene de una cultura de hombres que creen que es aceptable pagar por sexo e ignorar las condiciones de la víctima. Sin los clientes, la trata para comercio sexual no podría existir. Teniendo en cuenta la cultura de la tolerancia hacia la venta de sexo, hay que educar a los jóvenes sobre las realidades de la trata sexual; es imprescindible que los

[8] http://www.protectionproject.org/wp-content/uploads/2012/07/100-Best-Practices-in-Combating-TIP_Final-Doc1.pdf
[9] http://www.lux-development.lu/files/documents/LAO021_150414.pdf
[10] https://www.giz.de/en/worldwide/17443.html

chicos aprendan las consecuencias que sus acciones tienen en las víctimas y cambiar la cultura de sexismo y machismo.

Desde 2012, el Estado de México, con la ayuda de la Coalición Contra el Tráfico de Mujeres (CATW-LAC, por su acrónimo en inglés), ha implementado programas educativos dirigidos a niños en comunidades plagadas de consumo sexual[11]. Este programa disminuye la demanda de explotación sexual y promueve el cambio cultural de las actitudes sexuales. Los profesores utilizan historietas, videos y pizarrones para enseñar cómo tomar acciones defensivas y ofensivas contra los reclutadores y explotadores. Además, los chicos aprenden sobre las consecuencias de la prostitución y cómo los hombres perpetúan la explotación sexual.

Niños que han sido ayudados por la Coalición contra el Tráfico de Mujeres (CATW-LAC)[12]

III. Campañas de impacto: el fracaso de una campaña de conciencia y el éxito de una radionovela

Un obstáculo que muchos países han encontrado en la concientización sobre la trata consiste en cómo hacer llegar el mensaje a la audiencia deseada, tal como las víctimas potenciales. Por ejemplo, el Centro Contra la Trata de Personas en Reino Unido (UKHTC, por su acrónimo en inglés) desarrolló la campaña "Blue Blindfold" en 2007. Tuvo el propósito de concientizar al público de Inglaterra, Gales e Irlanda Norte a través de la utilización de publicidad y una página web con recursos sobre la trata. El análisis realizado por el Departamento de Justicia en Irlanda Norte demostró que sólo el 35% de los adultos y el 50% de la población entre las edades de 16 a 34 años han visto u oído algo sobre la campaña. Puede pensarse que el principal problema consistió en que "muchos criticaron la falta de claridad del mensaje y el impacto que ha tenido en concientizar sobre el asunto a la población general en Inglaterra y Gales"[13]. A pesar de sus buenas intenciones, esta campaña y otras son a menudo **reactivas** y sin objetivo claro, tranquilizando las conciencias en lugar de incitar un verdadero cambio.

Por otra parte, una campaña de concientización que fue exitosa es la implementación de la radionovela "La Caldera" en Bolivia. Fue creada por la embajada de los Estados Unidos con el apoyo

[11] http://www.protectionproject.org/wp-content/uploads/2012/07/100-Best-Practices-in-Combating-TIP_Final-Doc1.pdf
[12] http://indesol.gob.mx/contra-la-trata-de-personas-catwlac/
[13] http://www.antislavery.org/includes/documents/cm_docs/2012/a/atmg_all_change_prevention.pdf

de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito para educar a víctimas potenciales. Dado que un gran número de víctimas viven en condiciones de pobreza sin acceso a televisiones, Jhonny Anaya, el productor de PCI-MEDIA IMPACT, desarrolló *La Caldera,* una novela de 21 episodios que se emitió por radio en 2013[14]. La radionovela, que incluye los temas de explotación laboral, explotación sexual y la servidumbre, se transmitió en 53 estaciones de radio en Bolivia[15] .

[16]

IV. Capacitación en el área de transporte: los taxistas y camioneros

Muchas de las estrategias para luchar contra la trata de personas buscan incidir sobre la etapa de transporte de las víctimas. En Australia y el Reino Unido, los taxistas aprenden cómo detectar una víctima potencial[17]. La iniciativa empezó en 2013, cuando una activista de la organización STOP THE TRAFFICK, se dio cuenta de que los taxistas están a menudo en contacto con las víctimas de este delito. Hoy, en muchos taxis hay stickers en los asientos de atrás con información que contiene números de líneas de ayuda y recursos para las víctimas. En Canadá y los Estados Unidos, los camioneros han sido utilizados como los ojos y oídos de la policía. Son los candidatos perfectos para combatir el asunto debido que muchos manejan por las mismas carreteras que viajan las víctimas de la trata y se detienen en los mismos lugares que ellas. Nicole Moler, la directora del Centro Nacional de Recursos para la Trata de Personas (NHTRC, por su acrónimo en inglés), dijo que "Como resultado, los camioneros ahora son uno de los grupos de la industria más motivados y mejor organizados en este tema y sus denuncias han dado lugar a innumerables detenciones y rescate de víctimas en todo el país"[18].

[19]

[14] http://spanish.bolivia.usembassy.gov/lacaldera.html
[15] http://www.laprensa.com.bo/diario/entretendencias/cultura/20130419/radionovela-la-caldera-llegara-a-53-emisoras_46150_74277.html
[16] http://bolivia.usembassy.gov/lacaldera.html
[17] http://www.stopthetraffik.org/campaign/taxis
[18] http://www.truckersagainsttrafficking.org/who-we-are/ (Traducido de ingles a español)
[19] http://www.stopthetraffik.org/campaign/taxis

V. Rescate a la víctima: usando artículos de tocador para capturar su atención

Proporcionar apoyo y un medio de escape a las víctimas de explotación es una tarea difícil, a raíz del obstáculo que representan sus captores. Dos grupos de los Estados Unidos han roto aquellas barreras: Proteja Nuestros Adolescentes de Prostitución (S.O.A.P., por su acrónimo en inglés) y Pivot, compuesto de un grupo de estudiantes la Universidad de Washington en los Estados Unidos. S.O.A.P ha tenido un papel importante en la lucha contra la trata mediante la creación e implementación de la brillante idea de poner un pequeño jabón gratuito en habitaciones de hotel en las zonas con altos niveles de prostitución. El jabón contiene información sobre el fenómeno y números de contacto para los que necesitan ayuda[20]. Esta medida fue implementada en 2014, durante grandes eventos deportivos como el Super Bowl, el torneo de fútbol americano más famoso en Estados Unidos, y el Final Four de March Madness, un campeonato de básquet universitario.

En 2013, un grupo de estudiantes de posgrado de la Universidad de Washington diseñó toallas sanitarias que tienen mensajes bilingües y líneas telefónicas que ayudan a víctimas de la trata[21]. Este proyecto, "Pivot," fue innovador: los envases son solubles en agua (permitiendo que la evidencia se pueda tirar por el baño), y el número de teléfono se disfraza en un papelito discretamente. Es decir que las toallas sanitarias proporcionan un medio de supervivencia a las víctimas sin alertar a los tratantes. Este proyecto fue hecho en colaboración con la Red de Respuesta Contra la Trata en Washington (WARN, por su acrónimo en inglés), una coalición de ONGs que provee servicios a víctimas de la trata en el Estado de Washington[22]. En cooperación con WARN en 2013, distribuyeron 1.000 toallas sanitarias a poblaciones vulnerables[23]. La información sobre cómo y dónde fueron distribuidas es confidencial, para proteger a las víctimas que podrían usar los productos. La Sociedad de Diseñadores Industriales de América otorgó a Pivot el Premio de Oro a la Excelencia en el Diseño Industrial, y su máximo galardón, el Premio "El Diseño Genera Cambio de Ideas". El grupo ha sido contactado por organizaciones en todo el país interesadas en distribuir las toallas sanitarias. Los miembros del proyecto hoy día están intentando recaudar $15.000 para producir 20.000 toallas sanitarias y paquetes de información.

[24]

[25]

[20] http://www.google.com/url?q=http%3A%2F%2Fwishtv.com%2F2015%2F04%2F01%2Fleaders-brace-for-human-trafficking-ahead-of-final-four%2F&sa=D&sntz=1&usg=AFQjCNFXSOWTWiWDrRyHZAHyJttX-jGxHg

[21] http://www.humanosphere.org/basics/2013/09/tampons-against-trafficking/

[22] http://publicpractice.org/wp/?page_id=15

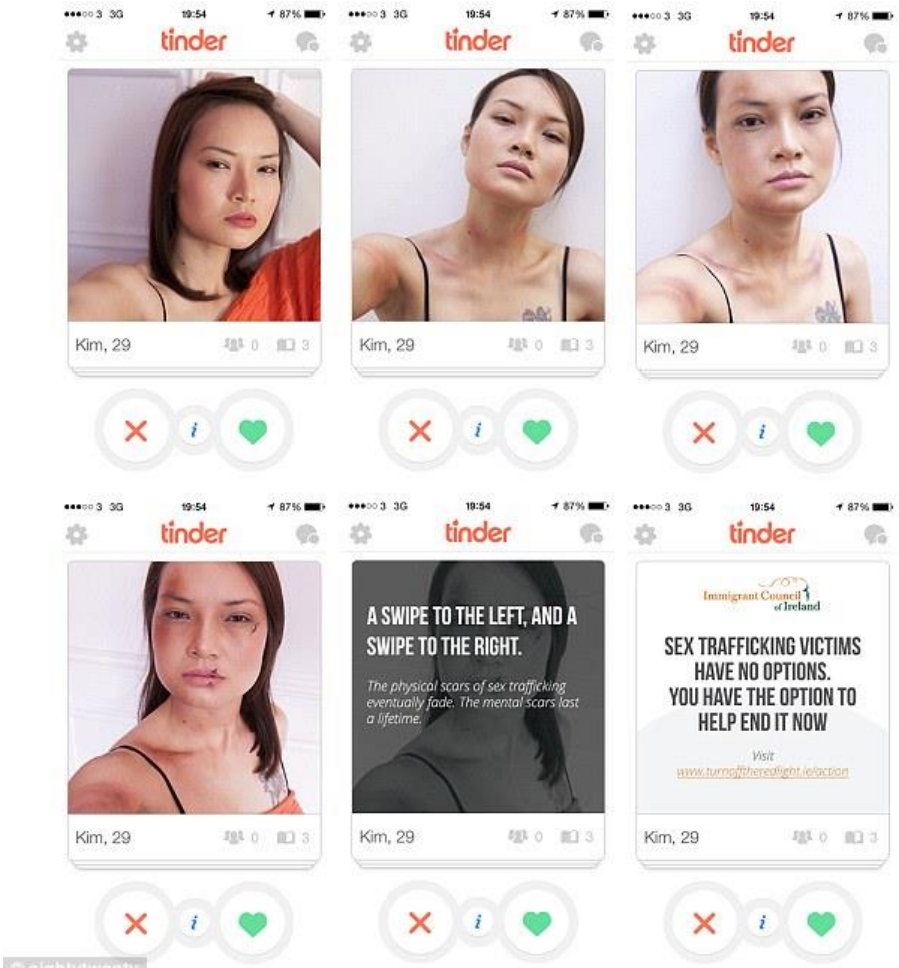
[23] http://www.washington.edu/news/2013/09/05/redesigned-feminine-hygiene-product-tackles-problem-of-human-trafficking/

[24] http://www.leoweekly.com/2012/04/derby-traffic/

[25] http://www.humanosphere.org/basics/2013/09/tampons-against-trafficking/

VI. Métodos modernos para combatir la trata: concientización con Tinder

A causa del avance de la tecnología, la persecución de la trata de personas ha encontrado plataformas de novedades para aumentar la conciencia social y reducir el fenómeno. En 2014, una agencia de publicidad en Irlanda, Eighty Twenty, se asoció con el Consejo de Inmigración de Irlanda para lanzar una campaña contra la explotación sexual a través de la aplicación popular y gratis, Tinder[26]. Tinder es una aplicación móvil diseñada para conectar a unos usuarios con otros en la misma zona geográfica. Los usuarios pueden contactarse si los dos se ponen “me gusta” despues de ver las fotos del otro; si coinciden, pueden hablar y arreglar un encuentro, usualmente de carácter sexual. La campaña en Irlanda aprovechó este medio para crear una cuenta falsa mostrando como primera imagen a una modelo hermosa. Cuando el usuario quiere ver mas fotos, encuentra otras que muestran a la chica golpeada. La última foto es un mensaje que dice “Vos tenés la opción de deslizar hacia la izquierda o la derecha… las víctimas de la trata no tienen opciones”. Con creatividad, la campaña usa la tecnología para educar y atraer a una nueva audiencia.



27

[26] http://time.com/3572552/tinder-campaign-sex-trafficking-awareness/

[27] http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2837836/Fake-Tinder-profiles-human-sex-trafficking-victims-used-shine-light-growing-issue-slavery-West.html

Reflexiones

Aunque la trata de personas se malinterpreta como una tragedia que ocurre dentro de los países del tercer mundo, la realidad es que está presente en todos lados, incluyendo Argentina. Es un problema de máxima prioridad en la sociedad actual. La esclavitud no es un concepto del pasado: el costo de este mercado contemporáneo es el sufrimiento de mujeres, hombres y niños alrededor del mundo. Es evidente que para disolver el mercado hay que considerar en todas las estrategias los factores económicos, como la oferta y la demanda, como así también captar la atención de las audiencias indicadas. Como se ve en los ejemplos mencionados anteriormente, las estrategias nuevas para combatir la trata atacan el proceso en sus diferentes etapas. Estas estrategias son prometedoras; sin embargo, dado que son relativamente nuevas, su impacto en el largo plazo no ha sido evaluado completamente. Creemos que tienen la posibilidad de complementar la legislación y la aplicación de la ley. Los ejemplos proveen contextos para las nuevas formas de analizar el mercado y encienden la inspiración para una nueva manera de pensar la lucha contra este flagelo. Tomar medidas contra la trata no es sólo responsabilidad de las entidades gubernamentales y policiales, sino de todos nosotros.