



{youtube}https://www.youtube.com/watch?v=OMX3z4zangk&feature=youtu.be{/youtube}

José Manzaneda, Cubainformación-en koordinatzailea.- Sexu-turismorako helmuga nagusienei buruzko zerrenda guztietan, Dominikar Errepublika, Kolonbia, Brasil... edo Espainia ageri dira (1) (2). Alabaina, Espainiako prentsak nahiago du zerrenda horietan ez dagoen herrialde baten gaineko sexu-turismoaren berri ematea: Kuba (3).

El País egunkariak izenburu hau jarri zion erreportaje bati: “Kuban putetxeak aurkitu nahi dituenak badaki non dauden” (4). Gogora dezagun Uharteko prostituzioa, hein handi batean, modu informalean egiten dela. Espainian, aldiz, 1.500 klub baino gehiago daude, eta El Paíseko kazetariak arazo bat baino gehiago izango luke bertan antzeko erreportajea egin nahiko balu (5). Haatik, **“putetxe ilegal” batek, Habana Zaharreko “apopilo-etxe xume” batean “ezkutatutako putetxe” batek, argazki-erreportaje oso baterako ematen du** (6). Materialak, gainera, tranpak ditu; izan ere, hamar iruditatik bostetan pertsona berak ageri dira, eta hiru argazkitan agertzen diren emakumeak oinezkoak dira, prostituzioarekin inolako zerikusirik ez dutenak.

Zer gertatuko litzateke El Paísek antzeko erreportajea egingo balu Madrilen, eta kaletik dabilzan oinez, besterik gabe andrazkoen argazkiak erantsiko balitu?

Testuaren arabera, prostituzioa “aukera lohia da gazte kubatarrentzat; beste etorkizun bat amesten dute”, bai eta “orainalditik bizirik irteteko” balio duen zerbait ere. Imajina dezakezue zer-nolako zalaparta sortuko litzatekeen **El Paísek esango baligu sexu-esplotazioarekin lotutako sareak eta mafiak Kuban ez dago halakorik** “aukera lohiak” direla Espainiako gazteentzat?

Halaber, hau ere irakur dezakegu: “Habanako Gobernuak ez du inoiz prostituzioa arazo larritzat jo”. Eta Espainiakoak? Eta Mexikokoak, non hiriburuan bakarrik 70.000 pertsona inguruk prostituzioan diharduten? (7) Egia da Kuban, gaiari dagokionez, zenbait sektorek eztabaida publikoa areagotzeko eskatzen dutela (8), baina **ez al da arazoa ikusgai jartzea Kubako Telebistan “Prostituzioaren, Sexu Turismoaren eta Pertsonen Salerosketaren” gaineko urteko Sinposio bati buruzko ordubetetik gorako saioak** eskaintzea? (9) (10) (11)

Álvaro Fuente egileak (12), lankidetza eta Hegoaldeko herrialdeak ardatz izaten dituzten argazki-erreportajeetan espezializatutako freelanceak, badaki zer den politikoki zuzena, eta zein baldintza bete behar diren El Paísi edo antzeko egunkariei bere lanak saldu ahal izateko (13). Kolonbiako pobrezia eta esplotazioari buruzko lanak baldin badira, batetik, ez dute sekula sistema edo gobernu aipatuko, eta, bestetik, misiolari eta GKE espainiarren lana goraipatuko dute (14). Alta, Kuban boxeoan aritzen diren umeak oinarri badituzte, kale eta instalazio hondatuak islatu beharko dituzte, bai eta adingabe horien “Uhartetik ihes egiteko” nahia ere (15). Azkenik, aipatu egileak **Venezuelaz hitz eginez gero, solteko salmenta ziurtatuta izango du: El Paísek “Maduroren erregimenak” eragindako krisialdi ekonomikoaren gaineko sail osoak erosiko dizkio** (16) (17) (18) (19). Hori bai, ezingo ditu ezta aipatu ere egin herrialdean elikagaiak edo sendagaiak sartzea eragozten edo atzeratzen duten zigorrak edo finantza-blokeoa (20).

Gainera, **Fuente argazkilari konprometitua dela** irakurri ahal izango dugu, **“bere objektiboa babesgabei begira baitu beti”** (21), **betiere, jakina, bazterturiko pertsona horiek karitatea onartzen badute** beren gabezien konponbide gisa eta sistema aldatzeko bat eginda antolatzea bururatzen ez bazaie (22).

Azkenik, gogoratu beharra dago **2017an El País egunkariak zalaparta handiz eman zuela jakitera “kontaktu-iragarkiak”** hots, prostituzioarekin lotuak bere orrialdeetatik desgertuko zirela (23), baina egunkariak orduan argudiatu zuen “koherentzia editorialean” eta “andreen eskubideen babesean” oinarritutako erabakia izan zen? (24). 40 urtez iragarki horiek diru-sarrera garrantzitsuak ekarri eta gero bost milioi eurokoak, 2007an, kazetak “sakrifizio etikoaren” aldeko hautua egin al zuen? (25) Inola ere ez: El Paísek **bere aleen salmentaren % 59 galdu zuen aurreko hamar urteetan, eta iragarkien merkatu osoak Interneterako jauzia eginda zuen** (27). Diru-sarreraren erabateko jaitsiera irudi-garbiketarako kanpaina errentagarria abiatzeko

abagunea izan zen.

Bada, amarruak baliatuz, gezurrak esanez eta moral bikoitz harrigarria erakutsiz funtzionatzen du prentsa korporatiboak, bai gai honetan bai beste hainbatetan.