

5. USUARIOS DE LA PROSTITUCIÓN

Pese a que siempre que se definen las estrategias dirigidas a prevenir la infección por el VIH y otras ITS entre el colectivo de personas que ejercen la prostitución se incluye el término «y sus clientes» [13,14], éstos constituyen un grupo social al que se le ha prestado poca atención y destinado pocos esfuerzos para mejorar su actitud frente a la prevención del VIH y otras ITS. Igualmente, se hace necesario sensibilizar a los médicos de atención primaria en la detección precoz de ITS en la población general masculina y derivación a los centros especializados.

Los usuarios de la prostitución constituyen un grupo heterogéneo, fundamentalmente masculino y considerado de difícil acceso para los programas de prevención sanitaria. Los estigmas sociales y los tabúes han limitado hasta ahora la comprensión de los determinantes de las conductas sexuales y de la epidemiología de las ITS en este colectivo [15]. Diferentes estudios muestran que las campañas de sensibilización comunitaria no han sido útiles en cuanto a la modificación de sus conductas de riesgo, particularmente en lo referente al uso irregular del preservativo [16]. Es necesario incrementar tanto las intervenciones centradas en concienciar a los hombres sobre su salud sexual y sus propios riesgos a fin de que modifiquen ciertos hábitos como aquellas centradas en proteger a las PEP. Si los hombres reconocen la importancia del uso del preservativo, será más fácil la negociación del mismo en el ámbito de la prostitución, ya que su actitud se ha identificado como uno de los mayores obstáculos para el uso habitual del condón [17].

Así pues las intervenciones que se prevén más efectivas son aquellas especialmente adaptadas para este colectivo, que incluyan información, facilitación de instrumentos preventivos y la posibilidad de un entorno que favorezca el cambio de las conductas poco saludables.

En los últimos tiempos, la movilización y los esfuerzos de capacitación de las PEP para que adquieran habilidades a la hora de negociar un sexo más seguro han favorecido la aparición, desde el propio colectivo, de propuestas de trabajo sobre los clientes. Propuestas que deben ser escuchadas por aquellos que pretendan llevar a cabo un programa de prevención como el que nos ocupa. Algunos ejemplos son: la elaboración de material de información con mensajes cortos, la aparición de mensajes en el mobiliario de los locales de trabajo (posavasos, por ejemplo) o la dispensación de preservativos. Todo ello en el contexto de la relación privada PEP-cliente, donde una mayor complicidad puede favorecer la recepción de los mensajes por parte del cliente y también la incorporación de éstos a su conducta, con la consiguiente mejora para la salud de todos los implicados.