

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

LEONARDO DALLA VALLE

**DASPU E A REDEFINIÇÃO DA REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA
PROSTITUTA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA DO
BRASIL**



Bauru/SP

2010

LEONARDO DALLA VALLE

**DASPU E A REDEFINIÇÃO DA REPRESENTAÇÃO SOCIAL DA
PROSTITUTA NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA DO
BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Área de Concentração em Comunicação Midiática, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP, Campus de Bauru, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Cláudio Bertolli Filho.

Bauru/ SP

2010

Valle, Leonardo Dalla.

Daspu e a redefinição da representação social da prostituta pelos meios de comunicação de massa do Brasil/ Leonardo Dalla Valle, 2010.

159 f.

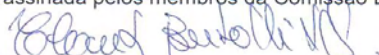
Orientador: Cláudio Bertolli Filho.

Dissertação (Mestrado)-Universidade Estadual

Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Bauru, 2010

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE LEONARDO DALLA VALLE, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DO(A) FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICACAO DE BAURU.

Aos 25 dias do mês de junho do ano de 2010, às 14:00 horas, no(a) Sala dos órgãos colegiados da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação Bauru., reuniu-se a Comissão Examinadora da Defesa Pública, composta pelos seguintes membros: Prof. Dr. CLAUDIO BERTOLLI FILHO do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Prof. Dr. MAXIMILIANO MARTIN VICENTE do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Profa. Dra. ÂNGELA CRISTINA SALGUEIRO MARQUES do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero, sob a presidência do primeiro, a fim de proceder a arguição pública da DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de LEONARDO DALLA VALLE, intitulado "DASPU" e a redefinição da representação social da prostituta nos meios de comunicação de massa do Brasil". Após a exposição, o discente foi argüido oralmente pelos membros da Comissão Examinadora, tendo recebido o conceito final: aprovado . Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que, após lida e aprovada, foi assinada pelos membros da Comissão Examinadora.


Prof. Dr. CLAUDIO BERTOLLI FILHO


Prof. Dr. MAXIMILIANO MARTIN VICENTE


Profa. Dra. ÂNGELA CRISTINA SALGUEIRO MARQUES

Este trabalho é especialmente dedicado a *Walter José Martins Migliorini*, a minha família e a todos os profissionais do sexo do Brasil.

AGRADECIMENTOS

A escolha de um objeto de estudo nunca é aleatória, mas uma parte de nós mesmos que fica a espreita, a espera de ser revelada. O que esta dissertação revelaria sobre seu autor, então? Como comunicador, o presente trabalho traz consigo uma visão social (e por que não idealista?) do jornalismo como instrumento de visibilidade para grupos marginalizados. Visão, essa, que foi uma das razões que me fizeram optar pela profissão e que me motiva até hoje.

Já no campo afetivo, esta dissertação é um trabalho de crenças. Crença em novos modelos de exercício da sexualidade, crença na separação entre Estado e Religião, crença numa sociedade na qual sexo e afetividade não ocupem mais do que seu devido espaço: sem mitos, estereótipos ou preconceitos.

Entretanto, esse projeto não teria ganhado forma se dialogasse apenas com o universo particular do autor. Por esse motivo, gostaria de agradecer a todos que generosamente doaram um pouco de si para que essa dissertação se concretizasse:

Obrigado especial a Walter José Martins Migliorini, pelo suporte emocional incondicional, pelo companheirismo e por visualizar em mim um potencial acadêmico que eu, honestamente, nunca pensei possuir. Sem você esse projeto não existiria.

Obrigado a minha família: Irene, Sérgio, Ivone, Letícia, Luciane, Ligia, Neno, Tadeu e Luana. Aos meus avôs paternos, maternos, tios e padrinhos. Duas gerações separam avôs analfabetos do primeiro neto mestre, por isso sei o quão importante este título é para todos nós.

Obrigado ao Prof. Ricardo Alexino Ferreira (Unesp), que contribuiu na idealização da pesquisa. Prof. Dr. Claudio Bertolli Filho (Unesp), Prof. Dr. Maximiliano Vicente (Unesp) e Prof. Dra. Ângela Cristina Salgueiro Marques (FCL), que foram de suma importância em diferentes momentos dessa jornada.

Grato aos colegas da Pós pela amizade e coleguismo, em especial Eduardo Yudi, Cláudio Coração, Lauren Colvara, Lilian Juliana Martins, Fernanda Iarossi, Aline Leão, Verônica Lima, Antônio Sardinha, Diego Meneguetti, Marcelo Silva, Luis Augusto Seguin, Wagner Alonge e Paula Brait.

Agradecimentos sinceros a Editora Alto Astral – por ter possibilitado que eu conciliasse meu emprego com os estudos acadêmico – e aos colegas de profissão Thais

Marques, Mariana Scherma, Rafael Nakaoka, Maria Fernanda Yamazoto, Natália Ortega e Gabriela Besson.

A Pâmela Priole e Diego Dias, respectivamente pela revisão cuidadosa e pelo suporte tecnológico.

A Gabriela Leite, Eny Cezarino, Margareth Rago e Flávio Lenz, pelo pioneirismo e pela inspiração.

E um forte abraço a todos os profissionais do sexo que lutam pela regulamentação da profissão no Brasil.

VALLE, D. Leonardo. Daspu e a redefinição da representação social da prostituta pelos meios de comunicação de massa do Brasil, 2010, 159 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, UNESP, Bauru, 2010.

RESUMO

Nos últimos 20 anos, observa-se no Brasil um fenômeno particular quanto à relação estabelecida entre grupos minorizados e meios de comunicação de massa: a tendência de deslocamento da figura da prostituta das páginas policiais dos jornais para editoriais de cultura nos anos 2000. Exerceram um papel significativo nessa mudança as ações de visibilidade promovidas pela organização não-governamental (ONG) “Davida”, dirigida pela ex-prostituta Gabriela Leite. Desde 1988, a “Davida” utiliza-se da mídia para divulgar imagens da profissional do sexo diferentes do estereótipo de sujeito marginalizado.

O uso das mídias pela ONG “Davida” foi feito de duas formas distintas ao longo de sua trajetória: por meio da utilização de veículos particulares e através da criação de eventos com potencial noticiável. A essa última merece destaque a grife de moda “Daspu”, lançada em 2005 com o objetivo de confeccionar roupas inspiradas nas mulheres da vida.

Tendo como objeto de análise as matérias sobre a “Daspu”, o presente estudo é uma reflexão sobre o modo como: (1) As marcas identitárias de um grupo minorizado estão sendo veiculadas por sua militância e apropriadas pelos meios de comunicação de massa; (2) as influências desse processo na representação social desse grupo. Para isso, será utilizada a análise de conteúdo das matérias que abordaram a grife nos portais virtuais “Universo Online” (UOL), “Terra” e “Internet Group” (iG), durante os anos de 2006 e 2010. O quadro referencial adotado é a teoria do espaço social de Pierre Bourdieu (1983) e a teoria das representações sociais de Denise Jodelet (2001). Enquanto a primeira possibilita a reflexão sobre a imposição de uma nova visão da realidade social a partir do uso do capital simbólico da mídia, a segunda aponta nas representações sociais funções identitárias.

Os resultados indicam que a representação social da prostituta veiculada nos portais virtuais selecionados faz frente aos estereótipos do senso comum em pelo menos três aspectos: a suposta “passividade” em relação à vida, a constante vitimização por parte dos outros segmentos da sociedade e a pouca governabilidade de si. A condição de

prostituta também não mais polariza sua identidade, que agora também pode ser expressa em suas outras facetas, como a de mulher, consumidora de moda, militante e, principalmente, profissional. Entretanto, não é a intenção da representação social difundida pelo jornalismo online a supressão das características estigmatizadoras da prostituta, mas sim a subversão da tábua de valores que constituem o estigma.

Palavras-chave: Comunicação midiática, representação social, prostituição, poder simbólico.

ABSTRACT

Over the past 20 years, it is witnessed in Brazil a particular phenomenon regarding the relationship established between minority groups and means of mass communication: the tendency to shift prostitute's figure from newspapers' police pages to cultural pages during the 2000s. This shift is mainly due to visibility actions promoted by nongovernmental organization (NGO) "Davida", run by ex-prostitute Gabriela Leite. Since 1988, "Davida" has been using the media to disseminate sex workers' images other than their stereotype, in which they are portrayed as marginalized people.

Throughout its existence, NGO "Davida" has been using the media in two different ways: working with its own means of communication and creating newsworthy events. Among these events, it can be outlined the launching of fashion line "Daspu" in 2005, aiming the creation of outfits inspired by prostitutes' way of life. As "Daspu" is a genuine action from prostitutes' group, the information submitted by its outfits makes reference to an identity required by the prostitutes, which is permeated by particular meanings.

Considering articles about "Daspu" as an object of analysis, this research aims to reflect (1) how the identity required by the militancy of a minority group is being appropriated by means of mass communication; and (2) how this required identity could influence the social representation of this group. In order to prove this reflection, a content analysis of articles about "Daspu" published on the Internet was made. The articles selected were published on news provider services, such as "Universo Online" (UOL), "Terra" e "Internet Group" (iG), from 2006 to 2010. Theories used are Pierre Bourdieu's social space theory (1983) and Denise Jodelet's social representations theory (2001). While the former allows the reflection about imposing a new vision of social reality based on the uses of the media symbolical capital, the latter points out functions of identify in social representations.

The results found in this research indicate that media social representation of the prostitute's group, conveyed in the selected news provider services, is facing the stereotypes present in common sense on, at least, three aspects: the supposed "passivity" towards life, the constant victimization by the other segments of society and low self-governance. The condition of being a prostitute no longer polarizes their identity, which now can also be expressed in other facets, whether as a woman's fashion consumer, as an activist, and especially as a professional. However, the intention of the social

representation widespread through online journalism is not to remove prostitute's stigmatization characteristics, but to subvert the values scale that constitutes this stigma.

Keywords: Media communication, social representation, prostitution, symbolic power.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Reportagens selecionadas para análise	104
Quadro 2 – Categorias de palavras associadas aos objetos referentes	108

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Frequência de atributos associados à prostituta.....	110
Tabela 2 – Categorização dos atributos associados à prostituta.....	111
Tabela 3 – Frequência dos atributos associados à roupa da prostituta.....	116
Tabela 4 – Categorização dos atributos associados à roupa da prostituta.....	117
Tabela 5 – Frequência dos atributos associados à “Daspu”.....	122
Tabela 6 – Categorização dos atributos associados à prostituta.....	123

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	16
1.1 Justificativas	19
2. A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS NAS IDENTIDADES SOCIAIS	22
2.1 O espaço social	22
2.2 As identidades sociais	24
2.3 As representações sociais	27
2.4 O campo das mídias	32
2.5 Mídia e grupos minorizados	35
2.6 Jornalismo online	38
2.7 O exercício do poder nas representações sociais.....	41
3. A IDENTIDADE SOCIAL DA PROSTITUTA	45
3.1 O campo da prostituição.....	46
3.2 Vestimenta e performance.....	49
3.3 O estigma da prostituta.....	51
3.4 O estereótipo da prostituta.....	58
3.5 A marginalidade no <i>habitus</i>	62
3.6 O movimento de prostituta do Brasil	65
4. O USO DAS MÍDIAS PELO MOVIMENTO DE PROSTITUTAS DO BRASIL.....	70
4.1 O jornal “Beijo da Rua”	71
4.2 O site “Beijo da Rua”	77
4.3 A assessoria de comunicação da ONG “Davida”	84

4.4 A “Daspu”	86
4.5 “Bebel” e a integração pelo melodrama	94
5. ANÁLISE DE CONTEÚDO: A REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA DA PROSTITUTA NO JORNALISMO ONLINE	99
5.1 Metodologia.....	99
5.1.1 A seleção dos veículos	101
5.1.2 O <i>corpus</i>	104
5.1.3 A análise categorial	105
5.1.4 Os objetos referentes	107
5.1.5 Objetivos da análise.....	109
5.2 Análise prática	110
5.2.1 A prostituta	110
5.2.2 A vestimenta	116
5.2.3 A “Daspu”	122
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	128
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	133
8. ANEXOS.....	143

1. INTRODUÇÃO

Quando o assunto é a relação estabelecida entre mídia e grupos minorizados, o Brasil presencia nos últimos 20 anos um fenômeno bastante particular: a tendência de deslocamento da figura da prostituta das páginas policiais dos jornais de grande circulação, na década de 80, para editoriais ligados à moda, à cultura e ao entretenimento, nos anos 2000.

Essa transformação, na forma como a prostituta é retratada por parte da mídia, deve-se, em sua maior parte, às ações de visibilidade promovidas pelo movimento de prostitutas no Brasil. Dentre as entidades voltadas para essa comunidade, merece destaque a organização não-governamental (ONG) “Davida”, dirigida pela socióloga e ex-prostituta Gabriela Leite.

Desde a sua fundação extra-oficial, em 1988, a “Davida” utiliza-se da mídia para discutir a descriminalização das relações profissionais travadas no interior do campo da prostituição e combater o estado de segregação social provocado pela não-regulamentação da profissão de prostituta. Como não é oficializado no plano legislativo, o meretrício não garante às suas adeptas acesso a benefícios previdenciários, além de deixá-las vulneráveis a más condições de trabalho.

A apropriação de diferentes dispositivos midiáticos com o intuito de obter modos consistentes de visibilidade social foi feita pela ONG “Davida” de pelo menos duas formas distintas ao longo de sua trajetória: (1) a partir do uso de veículos institucionais particulares, ao qual corresponde o jornal e o site “Beijo da Rua”; (2) fazendo a grande imprensa se interessar pelas suas demandas, por meio de eventos criados segundo as mesmas regras de apreciação dos meios de comunicação de massa.

A essa última iniciativa corresponde principalmente a grife de moda “Daspu”, lançada em 2005 com o objetivo de confeccionar roupas parcialmente inspiradas no universo da prostituta urbana. Por ser a grife “Daspu” uma ação genuína do movimento de prostitutas, as informações apresentadas por meio das suas roupas fazem referência a marcas identitárias que são requeridas pelo próprio grupo, sendo permeadas por significações particulares.

Partindo da premissa de que a identidade é transformada continuamente em relação às formas pelas quais os sujeitos sociais são representados nos sistemas culturais que os rodeiam (HALL, 2006), a presente pesquisa pretende refletir sobre o modo como a reivindicação de uma determinada identidade, pela militância de um grupo minorizado, está sendo apropriada

pelos meios de comunicação de massa, e de que forma essas marcas identitárias requeridas podem influenciar na representação social do grupo em questão. Para isso, será utilizada como exemplo ilustrativo a recente iniciativa do movimento de prostitutas brasileiras em inserir na mídia, por meio da “Daspu”, representações sociais da profissional do sexo diferentes do estereótipo tradicionalmente difundido nos outros campos sociais, no qual essa é retratada como um sujeito à margem da sociedade e vitimizada pela mesma.

Dessa forma, o objeto desse estudo não é propriamente a prostituta, mas o reflexo dos meios de comunicação de massa – que são genuinamente produtores e também divulgadores de representações sociais – na redefinição da representação social de um determinado grupo. A hipótese principal é que a identidade de prostituta requerida pela Daspu é apropriada pela mídia nas matérias sobre a grife, colaborando na redefinição da representação social das profissionais do sexo à medida que faz frente aos estereótipos produzidos pelo senso comum. A longo prazo, essa “nova” representação social é passível de influenciar definitivamente na identidade do grupo em questão à medida que é interiorizada por todos os seus membros, sejam esses militantes ou não.

Entretanto, cabe aqui ressaltar que entendo o termo identidade reivindicada como *demandas por reconhecimento* do movimento de prostitutas em relação aos demais segmentos da sociedade. A identidade constitui-se como um projeto simultaneamente individual e coletivo, moldado nas interações sociais, logo não é externa ao sujeito ou literalmente passível de apropriação. Nas palavras de Barbalho (2005, p.32), “a luta pelo reconhecimento de nossas identidades tem dois níveis. Um de esfera privada, que diz respeito a como elaboramos nosso encontro com o outro. O segundo relaciona-se ao diálogo com o externo (...)”.

Segundo as considerações de Young (2000, p.103) sobre produtos culturais organizados por grupos minorizados, as identidades podem ser consideradas construções narrativas das experiências dos sujeitos. Nas palavras da autora, “interpretações e reinterpretações de experiências típicas e atividades em respostas a estereótipos podem ser chamadas de políticas de identidade”. Dessa forma, políticas de expressão cultural organizadas por grupos minorizados, como a “Daspu”, consistem “na afirmação da especificidade e da diferença diante de um público amplo, de quem o movimento espera respeito e reconhecimento de suas ações e virtudes” (*Ibidem*).

Quanto aos seus objetivos específicos, a pesquisa visa pontuar se a identidade reivindicada pela prostituta que é apresentada nas roupas da “Daspu” possui realmente

permeabilidade na grande mídia quando interpretada pelo jornalista online; revelar a origem das diversas marcas identitárias atribuídas à prostituta pelo jornalismo online; analisar como os diferentes papéis exercidos pela mulher prostituta dialogam com sua identidade profissional e, por fim, pontuar o modo como é estabelecida a relação de alteridade entre a prostituta com os demais grupos sociais.

Tendo como parâmetro os referenciais aqui apontados, a construção da representação social da prostituta será observada por meio da análise de conteúdo das matérias que abordaram a grife de prostitutas nos portais virtuais da Internet. A metodologia utilizada é aquela proposta por Laurence Bardin, que entende por conteúdo os níveis de referencialidade da mensagem ou, mais precisamente, aquilo ao que elas indicam, representam, como representam e a que poderes sociais atentem (SANTAELLA, 2001).

Ferrari (2006, p.30) define ainda como portais os sites que “tentam atrair a atenção do internauta ao apresentar, na página inicial, chamadas para conteúdos díspares, de várias áreas e de várias origens”. Esses conteúdos são interligados por uma série de links hipertextuais, que possibilitam com que as informações presentes nos demais sites associados ao portal sejam acessadas por meio do mesmo. Para ser classificado como portal, um determinado site necessita ainda oferecer, no mesmo local, diferentes tipos de serviços ao internauta, como ferramentas de busca, chats, e-mail gratuito e, principalmente, notícias.

A escolha pelo jornalismo online deve-se ainda à própria importância da Internet no processo de redefinição das identidades, hoje não mais fixadas em agrupamentos primários (território, etnia, religião), mas mediadas por uma tecnologia de atuação trans-regional. Quanto à delimitação do *corpus*, esse será formado por reportagens veiculadas nos portais virtuais Microsoft Service Network (MSN), Universo Online (UOL), Terra e Internet Grátis (iG), durante os anos de 2006 e 2009, que abordaram os desfiles das coleções de outono-inverno e primavera-verão da “Daspu”. O período de amostragem de três anos foi assim delimitado porque abrange as cinco coleções da “Daspu” lançadas até os dias atuais. Por sua vez, a seleção dos portais foi elaborada a partir de dois critérios: pioneirismo quanto à produção de notícias em plataforma online nas décadas de 90 e 2000; existência de um espaço reservado para matérias sobre moda dentro do seu conjunto de editorias.

O quadro referencial adotado é a teoria do espaço social do sociólogo francês Pierre Bourdieu (1983), complementada pela teoria das representações sociais de Denise Jodelet (2001). Enquanto a primeira possibilita a reflexão sobre a tentativa de imposição de uma nova

visão da realidade social a partir da utilização do capital simbólico da mídia, a segunda aponta nas representações sociais funções identitárias. Segundo Jodelet, as representações sociais preservam as particularidades dos sujeitos sociais que as produzem e possibilita localizá-los no quadro social global.

A dissertação está dividida em quatro partes principais. No capítulo inicial, apresentam-se os conceitos teóricos sobre os quais a pesquisa se sustenta, sendo enfocada a influência dos meios de comunicação de massa nas construções das identidades, por meio da produção e divulgação de representações sociais.

O segundo e o terceiro capítulos servem de contextualização para a futura análise de conteúdo sobre a representação midiática da prostituta. Sendo assim, no segundo capítulo serão abordados os parâmetros responsáveis por compor a representação social da prostituta, bem como o estigma e o estereótipo associado à figura da profissional do sexo. Já o terceiro capítulo ambiciona demonstrar as mudanças ocorridas na identidade social reivindicada pelas profissionais do sexo a partir do uso de diferentes dispositivos midiáticos por parte da ONG “Davida”.

O último capítulo pretende demonstrar a permeabilidade da representação social da prostituta produzida pela “Daspu” na mídia de massa e sua reinterpretação pelo jornalista online. Os níveis de referencialidade dessas representações foram identificados por meio da seleção, tabulação e interpretação do seu conteúdo.

1.1 Justificativas

Longe de ser um acontecimento isolado, a utilização de dispositivos midiáticos nos últimos 20 anos por parte do grupo de prostitutas se alinha com a importância dos meios de comunicação como mediadores das relações sociais em um momento de globalização.

Com o surgimento de tecnologias capazes de interligar comunidades distantes fisicamente em rede e a gradativa perda de representatividade do Estado nas instâncias que anteriormente defendiam os interesses dos cidadãos, as transformações das demandas sociais ficaram cada vez mais vinculadas à sua veiculação e discussão no campo das mídias. Dessa forma, a passagem pelos veículos de comunicação representa para os grupos sociais uma condição de acesso as outras esferas da sociedade, além de exigir um sólido domínio da lógica

de funcionamento dos dispositivos midiáticos (CANCLINI, 2002; PAIVA, 2005). Dentro desse contexto, o presente estudo encontra-se alinhado às atuais pesquisas sobre o uso de aparatos midiáticos por parte de grupos minorizados com o objetivo de conquistar visibilidade social.

No âmbito histórico, a pesquisa está alinhada ao contexto de aproximação entre mídia e direitos humanos vivenciado nos últimos 30 anos. A incorporação da diversidade nas pautas dos meios de comunicação de massa foi reflexo da organização e fortalecimento de diversos grupos minorizados após o fim da ditadura militar brasileira, no ano de 1984. Neste período, houve a promulgação da Lei que previa a prática do racismo como crime inafiançável, de autoria do deputado Carlos Alberto Caó (PDT-RJ, 1988); a criação do Estatuto da Criança e do Adolescente (1990); a fundação da Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais (ABGLT), entre outros.

No campo acadêmico, a pesquisa sobre a redefinição da identidade social da prostituta pela mídia justifica-se devido ao seu ineditismo. Durante a revisão da literatura sobre mídia e prostituição, foi possível identificar apenas dois estudos em comunicação que tiveram como objeto de estudo a “Daspu”. Ambos, entretanto, diferenciam-se da presente pesquisa quanto aos seus objetivos.

A partir do conceito de espetacularização proposto por Guy Debord, Kersul (2009), analisou o impacto das mensagens midiáticas sobre a grife de prostitutas no público leitor da revista “Veja” e do jornal “Folha de São Paulo”. Segundo a autora, as respostas dos receptores apresentaram argumentos híbridos, demonstrando tanto crédito quanto a possibilidade de integração social da prostituta, a partir do espaço alcançado na mídia, quanto descrédito na tentativa da grife em romper com os estigmas morais acerca da prostituição e da sexualidade feminina.

Villaça (2007a) utiliza-se da “Daspu” para discutir as negociações identitárias que a mídia oferece na tentativa de reorganizar semanticamente a relação entre centro/periferia e os processos de inclusão/exclusão social. Para a autora, a grife de prostituta organiza uma estética fora dos paradigmas hegemônicos vinculados à classe social e à etnia. A divulgação dessa estética “marginal” pela mídia para além dos limites da periferia possibilita uma repaginação do imaginário urbano.

Por sua vez, a relevância da pesquisa estabelece-se também devido a contemporaneidade do fenômeno. Na busca por divulgar representações positivas da

prostituta por meio da grande mídia e em setores de entretenimento, a “Daspu” promoveu um desfile institucional em um dos capítulos da telenovela “Caminho das Índias” (Rede Globo), em abril de 2009. A fundadora da “Daspu” cedeu ainda, em agosto de 2009, os direitos autorais do seu livro “Filha, Mãe, Avó e Puta” (LEITE, 2009) para o cineasta Caco Souza. De acordo com as notícias veiculadas nos meios de comunicação, as filmagens da obra têm data prevista para o início de 2011.

Nos últimos anos, a regulamentação da profissão de prostituta vem sendo ainda amplamente discutida pela sociedade civil após a apresentação do Projeto de Lei (PL) número 98/2003 na Câmara dos Deputados. De autoria do deputado Fernando Gabeira (PV-RJ), o PL visa formalizar as relações de trabalho entre prostituta e cafetina no campo da prostituição. Depois de receber parecer contrário na Comissão de Constituição e Justiça e Cidadania da Câmara dos Deputados, em dezembro de 2007, o projeto aguarda atualmente aprovação na Comissão do Trabalho da Casa antes de seguir para a votação em plenário.

Visando conquistar representatividade no setor legislativo, Gabriela Leite afiliou-se ao Partido Verde (PV) no final do segundo semestre de 2009 para concorrer às eleições para deputada estadual em 2010.

Por fim, vale ainda ressaltar que o presente estudo está inserido na trajetória científica do autor, que iniciou sua pesquisa sobre mídia e prostituição na graduação em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp-Bauru), no ano de 2006, sob orientação do Professor Doutor Ricardo Alexino Ferreira.

2. A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS NAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

“[...] à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis [...]”, Stuart Hall

2.1 O espaço social

Antes de abordar a influência da identidade de prostituta reivindicada pela “Daspu” nas representações sociais das profissionais do sexo que circulam nos portais virtuais, é necessário primeiramente conceituar o espaço social no qual as relações desses grupos são travadas. Para isso, será utilizada nesse estudo a teoria do espaço social de Pierre Bourdieu (1974).

Opondo-se a antiga concepção de sociedade como estrutura unificada, Bourdieu (1974) desenvolveu uma teoria que entende o espaço social como microcosmos relativamente independentes distribuídos em um macrocosmo. A esses microcosmos o autor denominou “campo social”.

A autonomia que os campos sociais dispõem possibilita que sejam produzidas no seu espaço relações sociais específicas. Dentro dessa perspectiva, mídia, moda e prostituição são consideradas espaços sociais singulares, situados no interior do macrocosmo da sociedade. Suas particularidades, entretanto, não fazem desses locais esferas sociais isoladas. Em linhas gerais, os campos estão em constante interação, mantendo entre si relações de diversos níveis de intensidade.

Apesar de serem relativamente autônomos e dotados de regras de relações específicas, os campos apresentam no interior uma dinâmica estrutural invariante. Como observa Bourdieu (1983), os diferentes espaços sociais apresentam uma metodologia de funcionamento universal, de modo que campos de gêneses diferentes – como o político, o midiático e o da prostituição – serão regidos por uma lei comum. Essa lei constitui o campo como “[...] um espaço de jogo, um campo de relações objetivas entre indivíduos ou instituições que competem por um mesmo objeto” (BOURDIEU, 2002, p.90).

Mas pelo que competem os agentes no interior de campos tão distintos? Segundo o sociólogo francês, cada campo possui um capital específico, cuja posse ou acúmulo determina

a posição ocupada pelos agentes em seu interior. A constante luta dos agentes pela distribuição do capital genuíno de seu campo faz com que as relações de poder dentro do mesmo se encontrem em constante modificação.

Dizer ainda que o capital de um campo seja específico significa que seu valor restringe-se aos limites da sua geografia, não sendo reconhecido nos outros espaços sociais. Em outras palavras, os capitais responsáveis por tornar uma prostituta bem cotada no interior do seu campo não são os mesmos que garantem o reconhecimento de um jornalista entre seus pares, e vice-versa. Em contrapartida, há um único tipo de capital que possui circulação e reconhecimento em todos os campos: o capital simbólico, "[...] geralmente chamado de prestígio, reputação, fama [...]" (BOURDIEU, 2002, p.90).

Além das lutas e estratégias visando o ganho de capitais, há uma cumplicidade entre todos os agentes que habitam um determinado campo: todos partilham da crença nas regras do jogo. Essa é uma condição fundamental para que o campo exista e não se desintegre frente aos antagonismos presentes em seu interior.

A partir dessa dinâmica estrutural comum, cada campo vai desenvolver uma gênese social específica, vinculada ao modo de vida característico produzido em seu espaço. Esse correspondente subjetivo que cada lugar social possui é denominado *habitus*.

Derivado do conceito de “hexis” de Aristóteles, que designava características do corpo e da alma adquiridas em um processo de aprendizagem (SETTON, 2002), o *habitus* foi utilizado por Émile Durkheim e pelo historiador da arte Erwin Panofsky antes de ser resgatado por Bourdieu (1974).

Na perspectiva do autor, o *habitus* é uma matriz cultural que representa a incorporação da memória coletiva, reproduzindo aos agentes sucessores as aquisições culturais dos seus precursores dentro do campo. Por meio dele, os princípios objetivos do campo são reelaborados na estrutura mental de cada indivíduo durante um processo contínuo de socialização.

Segundo Bourdieu (2002), é o *habitus* interiorizado que explica os motivos pelos quais membros de uma determinada classe social agem da mesma forma sem precisarem entrar previamente em acordo. Ou ainda as causas pelas quais certos grupos sociais travam relações específicas com o corpo, possuindo um estilo estético característico. Porém, mesmo sendo o *habitus* um sistema de percepção capaz de pré-determinar as ações dos sujeitos de um determinado campo, ele não a faz de modo inflexível.

O *habitus* é uma estrutura-estruturada na medida em que predispõe os indivíduos a agirem de um modo previamente determinado, ou seja, quando uma forma de ação é incorporada como correta, esse comportamento aprendido tende a se reproduzir futuramente em situações análogas.

Em contrapartida, o *habitus* é também considerado uma estrutura-estruturante devido a sua capacidade de ser influenciado pela “trajetória social” do sujeito ou pelos acontecimentos ocorridos no campo. Isso significa que a singularidade do indivíduo não é negada durante o processo de socialização, que concilia a objetividade do mundo exterior com a subjetividade da individualidade.

A noção de “trajetória social” permite que Bourdieu escape de uma concepção fixista do *habitus*. Para ele, o *habitus* não é um sistema rígido de disposições que determinariam de maneira mecânica as representações e as ações dos indivíduos e que garantiria a reprodução social pura e simples. As condições sociais do momento não explicam totalmente o *habitus*, que é suscetível a modificações. A trajetória social do grupo ou do indivíduo, ou seja, a experiência de mobilidade social (...) deve ser levada em conta para analisar as variações do *habitus*. (CUCHE, 2002, p.174)

Como os campos sociais não são espaços sociais isolados, um mesmo sujeito pode vivenciar as disposições de espaços sociais distintos, interiorizando seus respectivos hábitos. Nesse sentido, uma profissional do sexo pode ser praticante de uma determinada religião, exercer sua orientação sexual e optar por certo tipo de profissão a partir da administração das regras incorporadas de cada um desses locais sociais, bem como a administração dos seus conflitos. É nesse contexto de diferentes possibilidades de interações, vivências e aprendizados que as diversas identidades sociais serão constituídas.

2.2 As identidades sociais

A segunda metade do século XX foi marcada pela perda de espaço da perspectiva iluminista que caracterizava as identidades como únicas e essenciais, em prol de uma concepção de indivíduos e de grupos como construções discursivas. Foi em meio a esse quadro de crise do racionalismo e ênfase na subjetividade que as identidades passaram a ser

entendida não mais como uma instância singular e imutável, mas como diferentes papéis vivenciados pelos sujeitos a partir de situações sociais distintas (HALL, 2006).

A razão dessa definição está no próprio dinamismo da sociedade e na forma como o espaço social é estruturado. O contato com as disposições de diferentes campos sociais resulta em modalidades de interação diversificadas – sejam elas de classe, gênero, profissão, entre outras - possibilitando ao indivíduo vivenciar posições sociais plurais e, conseqüentemente, diferentes tipos de identidades.

A diferente gama de identidades com os quais somos confrontados cotidianamente não impede, porém, que essas identidades sejam contraditórias. A sociedade pós-moderna¹ é atravessada por antagonismos sociais que produzem diferentes posições de sujeito e, conseqüentemente, de identidades. Como as posições do sujeito falam de campos sociais diferentes, uma única identidade não é capaz de polarizar todos os interesses do seu portador ou mesmo de alinhar suas demais identidades em torno dela. O que irá determinar a polarização momentânea de uma identidade específica sobre as outras será a interação.

A polarização das identidades de acordo com as interações sociais específicas é uma das razões pelas quais a sociedade não se rompe frente a esse grande número de papéis sociais antagônicos. De acordo com Hall (2006, p.17), “se tais sociedades não se desintegram não é porque elas são unificadas, mas porque seus diferentes elementos e identidades podem, sob certas circunstâncias, ser conjuntamente articulados”.

Nessa perspectiva, uma mulher pode exercer a profissão de prostituta sem deixar de ser uma esposa dedicada. A identidade de prostituta somente irá se sobressair às demais quando a profissional estiver com seu cliente, ao passo que sua identidade de esposa será mais influente do que seu papel de prostituta durante a relação cotidiana com seu marido. Ao final, duas identidades concebidas socialmente como antagônicas são articuladas de acordo com as relações sociais travadas pelo mesmo sujeito, que administra as tensões que essa conciliação possa vir a acarretar.

A constituição das identidades a partir das interações sociais nos leva a uma segunda consideração: as identidades são correlativas, dependendo de um segundo ator social para

¹ Para definir pós-modernidade ou “modernidade tardia”, Hall (2006) faz um contraponto entre sociedades “tradicionais” e sociedades “modernas”. A modernidade é caracterizada por mudanças rápidas e constantes no tempo e no espaço, motivadas pela interconexão de áreas distantes do planeta e gerando desalojamento social, descontinuidade e dispersão dos centros de poder. Dessa forma, a modernidade tardia é definida como “um processo sem fim de rupturas e fragmentações internas no seu próprio interior” (HALL, 2006 *apud* LACLAU, 1990).

ganharem forma durante a interatividade. Por terem sua formação subordinada a outros atores sociais, as identidades não são algo acabado, mas um processo em constante andamento. Devido a esse caráter genuinamente dinâmico, Hall (2006) sugere que as identidades sejam tratadas como “identificação”: a partir dos diferentes tipos de interação, somos convidados a nos identificar, ou não, com identidades específicas.

O processo de identificação, por sua vez, carrega em si uma política de diferença e de alteridade: um indivíduo identifica-se com uma categoria não somente a partir daquilo o que é, mas também tendo como referencial aquilo o que ele não é. Da mesma forma que um homossexual concebe-se como tal por não exercer um comportamento heterossexual, e um branco enquadra-se nessa categoria por não ser negro, uma prostituta defini-se como tal por não possuir vínculo matrimonial com seu cliente ou tão pouco ser sua amante. Isso significa que a identidade não é positividade (“aquilo que sou”). Caso contrário, ela seria autônoma e teria a si própria como referencial, constituindo-se como auto-suficiente.

O mesmo princípio aplica-se para a alteridade, erroneamente concebida como antagonica à identidade (“aquilo que o outro é”). Como aponta Silva T. (2000), identidade e diferença são correlativas, de modo que as afirmações de diferença só fazem sentido quando localizadas em relação a um segundo sujeito, e vice-versa.

Estabelecendo uma aproximação entre a teoria do espaço social de Bourdieu (1974) e a conceituação pós-moderna de identidade, pode-se dizer que a interiorização de disposições particulares de um determinado campo possibilita aos seus membros diferenciarem-se daqueles outros sujeitos que não compartilham desse mesmo modo de vida. É devido a essa característica de diferenciação que o *habitus* torna-se um elemento fundamental na constituição das diferentes identidades sociais presentes no macrocosmo da sociedade.

Por serem ainda delimitadas a partir das diferentes relações estabelecidas entre os sujeitos, as identidades constituem-se subjetivamente tanto no plano social quanto cultural. Segundo Cuche (2002), a identidade social se caracteriza pelo conjunto de vinculações de um sujeito em um determinado sistema social (ou campo, segundo a teoria de Bourdieu), que pode ser de classe, idade, gênero, profissão, entre outros. Ela não somente permite que o indivíduo se localize na sociedade como também seja localizado socialmente pelos demais atores sociais.

Entretanto, a identidade social não fica restrita apenas ao indivíduo, mas abrange também o grupo de pessoas que compartilham desse mesmo posicionamento social. Isso faz

dela simultaneamente um instrumento inclusivo (ao identificar os membros de um mesmo grupo) como exclusivo (quando distingue os membros desse grupo dos demais). Por fazer referência a um determinado grupo que habita um campo social específico, as identidades possuem forte influência do *habitus* compartilhado nesse espaço. Sobre a relação entre o *habitus* e a constituição das identidades sociais, Setton (2002) acrescenta:

Habitus é uma noção que me auxilia a pensar as características de uma identidade social, de uma experiência biográfica, um sistema de orientação ora consciente ora inconsciente. *Habitus* como uma matriz cultural que predispõe os indivíduos a fazerem suas escolhas. Embora controversa, creio que a teoria do *habitus* me habilita a pensar o processo de constituição das identidades sociais no sentido contemporâneo. (SETTON, 2002, p.3).

Por sua vez, a identidade cultural é transmitida a partir da interiorização de antigas estruturas. Ela possui características genealógicas e “hereditárias”, fazendo referência a vínculos de origem comum, tais como étnico, territorial, de idioma, entre outros. Por remeter a questões mais abrangentes, a identidade cultural torna-se, por vezes um componente na formação identidade social (CUCHE, 2002).

O processo de identificação é sustentado pelos papéis que os indivíduos exercem durante a interação. Isso significa que os sujeitos identificam-se ou diferenciam-se de acordo com a forma como se representam ou são representados nas relações cotidianas. Sendo assim, as representações sociais são um instrumento relevante na definição das identidades.

2.3 As representações sociais

Segundo Jodelet (2001, p.22), entende-se por representação social “uma forma de conhecimento socialmente elaborada e partilhada, com um objetivo prático e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social”. As representações sociais fazem sempre referência a um objeto específico, que pode ser alguma coisa ou alguém.

Qualificam-se as representações como sociais por serem elas produzidas pelos diferentes sujeitos e instituições sociais no curso das trocas e interações. Dessa forma, elas circulam na sociedade por meio dos discursos e das palavras, sendo veiculadas também pelos

dispositivos midiáticos. A utilização do termo social deve-se ainda ao fato de que certas representações são frutos de uma divisão social de trabalho: há entidades responsáveis por criá-las e difundi-las, tais como mídia, publicidade, moda, artes, entre outros (MOSCOVICI, 2001).

Os conteúdos acionados nas representações são determinados pelo lugar e a posição que os sujeitos ocupam no espaço social. Para Vergès (2001), a representação social é produzida a partir de quatro instâncias: a condição socioeconômica dos atores, sua prática, a instância ideológica aos quais estão vinculados e a memória coletiva própria de cada grupo social. Em outras palavras, as representações sociais vão expressar na sua significação as singularidades dos sujeitos sociais que a forjam. Dentro desse contexto, podemos dizer que as demandas por reconhecimento administradas pela “Daspu”, por meio das suas roupas é uma forma de representação social que carrega em si as particularidades do seu produtor: o movimento brasileiro de prostitutas.

Por meio da manifestação dessas particularidades, a representação social fornece os elementos que possibilitam aos grupos diferenciarem-se entre si e, com isso, delimitar suas identidades. Assim, a representação social permite que os sujeitos sociais exteriorizem por meio dela informações sobre a sua individualidade.

Durante as interações sociais, os receptores utilizam-se das informações exteriorizadas por meio das representações para compor os limites da sua própria identidade através de um processo de diferenciação. Dentro dessa perspectiva, a representação pode se considerada tanto matéria-prima quanto produto final da dinâmica de identificação social.

Como podemos observar, a luta pelo reconhecimento de nossas identidades tem dois níveis. Um, de esfera privada, íntima, que diz respeito à forma como elaboramos nosso encontro com o outro. O segundo é justamente por esse diálogo com o externo, é o da esfera pública, onde atua a política da diferença (BARBALHO, 2005, p.32).

Ao expressar características genuínas dos seus produtores, as representações sociais também fazem com que os membros de um mesmo grupo social compartilhem de princípios e definições comuns acerca da realidade social. Com a partilha desses elementos simbólicos, afirma-se um sentimento de unidade e pertença entre os membros do grupo, fato que também colabora para a construção de uma identidade comum.

Por manifestarem singularidades dos seus produtores e falarem de locais sociais diferentes, as representações não são compartilhadas igualmente por toda a sociedade, ficando restritas a campos sociais nas quais são produzidas. Assim, é comum grupos sociais possuírem representações antagônicas, geradas em um contexto de luta hegemônica e definidas a partir de princípios particulares da divisão social. Nesse sentido, a representação social da profissional do sexo compartilhada pelo movimento de prostitutas, por exemplo, acionará elementos distintos daquela formulada por grupos de cunho religioso.

Sobre o conteúdo utilizado na composição das representações sociais, podemos dizer ainda que esse seja heterogêneo, referindo-se a crenças, valores, imagens ou a elementos ideológicos, normativos e informacionais. Por serem reconstruções simbólicas de um determinado objeto, elas apresentam certa defasagem em relação ao seu referente. Segundo Jodelet (2001), essa defasagem produz três modalidades de sentido nos conteúdos representativos:

(1) **Distorção:** quando os atributos genuínos do objeto representado encontram-se na representação, porém são atenuados ou acentuados. Um exemplo é quando a cidade é retratada como um ambiente exclusivamente sujo e poluído.

(2) **Suplementação:** características que não são do objeto representado são acrescentadas à representação, atribuindo uma segunda significação. Pode ser identificada nas representações da floresta que são constituídas a partir de imagens que remetem a pureza e a imaculação.

(3) **Subtração:** quando ocorre a supressão ou a omissão de atributos pertencentes ao objeto. Na maior parte dos casos, é resultado de uma lógica repressiva, vinculada à moral vigente. Um exemplo de subtração é a representação da criança como indivíduo não dotado de sexualidade.

Os conteúdos da representação social são organizados de acordo com uma ordem hierárquica, que divide estruturalmente a representação em torno de um núcleo central e um sistema periférico. O núcleo central é o cerne da representação, sendo simultaneamente responsável por dar a ela sentido e organizar os outros elementos ao seu redor. Por esse

motivo ele é estável, mantendo-se resistente a mudanças e sendo pouco sensível ao contexto social imediato.

Nas representações dos grupos sociais, o núcleo central é o elemento que mantém a homogeneidade da comunidade, constituindo-se como o elo entre seus membros. Tendo como exemplo a representação da prostituta, pode-se identificar na troca do sexo por um correspondente financeiro o seu mínimo denominador comum: independente da classe social ou do espaço no qual se desenvolve a prática da prostituição, ela é o elemento responsável por dar sentido à representação da prostituta, podendo ser apontado como o seu núcleo central.

No caso de uma possível mudança no seu núcleo central, a representação é fragmentada e sua significação alterada. Outra possibilidade é a mudança ser incorporada apenas no sistema periférico da representação, o que garante que sua existência permanece intacta.

O sistema periférico é composto pelos elementos que complementam a significação proporcionada pelo núcleo central da representação. Sendo assim, ele é flexível às mudanças e aos acontecimentos que ocorrem na sociedade. Nas representações dos grupos sociais, o sistema periférico é constituído por conteúdos que suportam heterogeneidade do grupo e as experiências individuais vivenciadas pelos seus membros.

Entretanto, nem todas as representações sociais compartilham dessa divisão entre núcleo central e sistema periférico. Como demonstra Sá (1996), a representação de grandes objetos sociais, como continentes e a AIDS, não possuem um núcleo responsável por organizar todo o seu conteúdo. Essas modalidades de representações são constituídas a partir de elementos plurais, que por sua vez não são hierarquizados.

Quanto as suas funções, Abric (1994 apud SÁ, 1996) atribui às representações sociais outros três papéis no plano social além da identitária, vista anteriormente. Num primeiro momento, as representações sociais possuem função de saber, permitindo aos indivíduos compreenderem e explicarem a realidade vivenciada. Ao serem compartilhadas, elas definem um quadro de referencia comum que possibilita aos sujeitos viabilizarem a troca social. Em outras palavras, as representações transformam elementos estranhos ao grupo em algo familiar, facilitando as interações com as demais esferas da sociedade (MOSCOVICI, 1984 *apud* SÁ, 1996).

A segunda característica é de orientação: enquanto sistemas de interpretação que regem a relação dos grupos com a realidade social, as representações guiam comportamentos e orientam as práticas dos sujeitos. A partir desse caráter de direção, é possível atribuir ainda às

representações atributos justificatórios, que constituem sua terceira característica. Quando utilizadas como elementos de orientação de comportamentos, elas justificam tomadas de posições durante as interações sociais.

Tendo como referência o pensamento de Abric (1994 apud SÁ, 1996) sobre as funções das representações sociais, é possível identificar nos atributos de saber, orientação e justificção um denominador comum: todos possuem características estruturadas e estão intimamente ligados ao processo de aprendizagem. Isso significa que as representações guiam previamente as ações dos sujeitos conforme são incorporados nas suas estruturas mentais. Dentro dessa perspectiva, é possível apontar similitudes entre a teoria das representações sociais com o conceito de *habitus*.

Como visto anteriormente, o *habitus* atua como *modus operandi*, ou seja, como disposições aprendidas que são mediadoras das práticas sociais. Isso significa que o universo mental dos sujeitos é composto por esquemas de pensamentos já vivenciados e apreendidos anteriormente. Para representar um objeto, ou seja, para construir um conceito a partir de algo estranho e abstrato, será necessário que o indivíduo faça uso de um quadro de disposições previamente estabelecido. Assim, o *habitus* é acionado durante a constituição das representações sociais, sendo considerado por Macedo e Passos (2006) um produtor dessas representações:

Percebe-se que a objetividade de uma representação de um dado objeto deve ser buscada não apenas nos processos de formação destas e nos elementos que essas envolvem, mas também nas condições materiais de vida dos sujeitos que as expressam, posto que são produtos de um certo *habitus* (MACEDO e PASSOS, 2006, p.6-7).

Por ser ainda o *habitus* sensível aos acontecimentos que ocorrem nos campos sociais e à trajetória individual dos sujeitos, ele também é passivo de ser influenciado pelas representações que circulam na sociedade. Durante as interações sociais, os sujeitos são expostos a uma gama diversificada de representações, que podem atuar sobre o *habitus* à medida que essas visões particulares de mundo são incorporadas e interiorizadas. Nesse sentido, o *habitus* também pode ser considerado um produto das representações sociais.

Uma mudança no repertório com o qual os sujeitos interpretam o mundo implica que esses mesmos sujeitos passem a estabelecer contato com representações diferentes daquelas que encontram nos seus campos de origem. Por esse motivo, a mídia como espaço de construção e difusão de representações sociais possui uma função específica tanto na

redefinição dos *habitus* particulares quanto na delimitação das identidades sociais dos sujeitos.

2.4 O campo das mídias

De acordo com a teoria do espaço social de Bourdieu (1983), a mídia é classificada um campo social por apresentar um sistema estruturado de posições e estratégias, possuindo regras de convivência que produzem relações específicas no seu interior. No raio de abrangência do campo das mídias, localiza-se ainda o campo do jornalismo, espaço igualmente autônomo e dotado de um modo de vida particular.

As considerações sobre a relação travada entre o campo das mídias com as demais esferas sociais, entretanto, não aparecem de forma homogênea na obra de Pierre Bourdieu. Como demonstra Ferreira (2005), é possível identificar três perspectivas críticas em relação ao espaço midiático na literatura do sociólogo francês:

a) Na década de 60, crítica aos conceitos de *mass media* e de “cultura de massa”, considerados abstratos e pouco aplicáveis. Para o autor, era necessário identificar a diversidade de condições de produção das mensagens e do consumo vinculados aos meios de comunicação de massa.

b) Nas décadas de 70 e 80, reflexão sobre o jornalismo como espaço de vulgarização dos conteúdos dos campos político e acadêmicos. As técnicas científicas eram interpretadas como passíveis de manipulação pela mídia, que visava criar afeitos de cientificidade e democracia por meio da simplificação dos conteúdos.

c) Nos anos 90, o sociólogo estabeleceu uma dura crítica ao jornalismo como campo de autonomia reduzida, subordinado e constituído conforme as estratégias do campo econômico. Devido a essa abordagem da mídia por um viés economicista, os últimos escritos de Bourdieu são interpretados como uma retomada ao pensamento marxista. Por sua vez, a autonomia do jornalista não é

entendida unicamente como fruto da sua individualidade, mas subordinada a fatores exógenos ao campo jornalístico, como a posição ocupada no espaço social pelo jornal para qual o profissional presta serviços (BOURDIEU, 1997).

A falta de consenso na literatura de Bourdieu sobre a autonomia do campo das mídias, porém, não impede que sejam identificados nos seus escritos alguns pontos em comum acerca dos meios de comunicação. Nas três fases do sociólogo, as relações entre o campo das mídias e os outros campos sociais (no caso, o político e o acadêmico) são retratadas a partir da mediação da atividade jornalística, independente do modo como esse objeto é construído ou no seu efeito no campo social. Para Ferreira (2005), o entendimento dos meios de comunicação como instância mediadora das relações sociais é uma das grandes contribuições de Bourdieu aos estudos da comunicação.

É devido a sua capacidade de mediar o relacionamento entre os demais campos que os meios de comunicação de massa podem ser considerados não apenas produtores de representações sociais, mas também como difusores das mesmas. Por meio da mediação, os dispositivos midiáticos aproximam campos sociais distintos e possibilitam que representações até então reclusas a um determinado campo passem a circular, por meio das notícias, em toda a esfera social. Essas representações sociais que são produzidas e difundidas pelos meios de comunicação de massa são denominadas representações midiáticas.

Apesar da sua capacidade genuína de mediação, o campo da mídia vive em constante tensão com as demais esferas sociais, principalmente com o campo da moral. Um exemplo, que pode ser estendido por analogia à “Daspu”, foi o recente caso da universitária Geisy Arruda, que sofreu linchamento moral no dia 22 de outubro de 2009 ao freqüentar as aulas da Universidade Bandeirantes (Uniban) com um vestido vermelho e curto. Como veremos no capítulo seguinte, a combinação desses dois elementos está intimamente vinculada com a prostituição e à representação social da prostituta, o que garantiu a jovem o apelido de “puta da Uniban” por parte dos demais estudantes da universidade. Entretanto, cabe aqui ressaltar que o apoio incondicional dado pelos veículos de comunicação de massa à jovem, nesse episódio particular, destoou do comportamento recriminatório mantido pelos seus colegas de faculdade.

Por sua vez, não basta ainda atribuir ao campo das mídias uma capacidade genuína de mediação sem antes entender os mecanismos que possibilitam que esse processo ocorra. No

caso das mídias, sua constituição como um elemento de aproximação entre os campos sociais manifesta-se devido ao poder simbólico que ela detém.

Entende-se por poder simbólico a capacidade que um sistema possui de atribuir determinado sentido acerca da realidade social. Assim como o Direito, a mídia é um sistema simbólico que impõe divisões particulares sobre o mundo social devido a sua capacidade de publicar e tornar público, fazendo com que algo anteriormente abstrato passe a existir em estado explícito na sociedade. Longe de ser arbitrária, a detenção do poder simbólico só ocorre mediante a crença que os demais agentes dos campos sociais conferem as competências desse sistema. Em outras palavras, são os próprios agentes que atribuem ao sistema às faculdades que eles reconhecem.

Entre as aptidões da mídia como detentora de poder simbólico, encontra-se a conversão dos capitais de outros campos sociais (como culturais, políticos e econômicos) em capitais simbólicos, permitindo que representações anteriormente reclusas a um determinado campo sejam finalmente reconhecidas por todo o espaço social. Nesse sentido, a mídia exerce efeitos concretos de produção de sentido nos campos sociais conforme possibilita que a reputação dos sujeitos e instituições representados por ela sejam igualmente reconhecidos no macrocosmo social. Essa redistribuição de capital simbólico proporcionada pela mídia vai influenciar na posição ocupada pelos sujeitos e instituições na sociedade: quanto maior o prestígio e o reconhecimento, maior será a representatividade do grupo nas esferas sociais.

É devido a essa detenção de poder simbólico pelos dispositivos midiáticos que se pode atribuir a eles características estruturantes. Os veículos de comunicação de massa são capazes de atuar não apenas objetivamente no *corpus* social, mas também nas matrizes de percepções dos sujeitos. Assim, pode-se pensar a televisão, o rádio, a imprensa e a Internet como dispositivos associados aos *habitus*, formando um inconsciente social que movimenta diversos tipos de capitais por meio da difusão das representações.

Com a interiorização das representações sociais que passam a circular na mídia, os grupos sociais constroem e redefinem o *habitus* particular do seu campo conforme se diferenciam dos outros grupos que não partilham das mesmas configurações. É por meio dessa dinâmica de identificação e alteridade entre os grupos sociais que o *habitus* atua na constituição das suas respectivas identidades.

Se o papel do campo das mídias nas transformações objetivas e subjetivas do corpo social e das identidades já é por si só relevante, sua importância será potencializada pelo fenômeno da globalização.

Entende-se por globalização o processo de reorganização do capitalismo no início da década de 80, aliado ao surgimento de uma tecnologia responsável por interligar comunidades em rede. Ao conectar regiões geográficas distantes por meio de aparatos tecnológicos, a globalização reduziu distâncias e aproximou sujeitos, fazendo com que o papel dos meios de comunicação de massa ganhasse importância na mediação nas relações sociais. Segundo Hall (2006) é possível apontar pelo menos duas consequências desse novo panorama social na construção das identidades dos grupos sociais.

Em um primeiro momento, a rearticulação da relação entre espaço e tempo proporcionada pelo advento da globalização abalou os velhos quadros referenciais com os quais os indivíduos localizavam-se na sociedade, principalmente em relação ao território, nacionalidade, religião e etnia. O deslocamento dos sujeitos tanto do mundo social e cultural quanto do sentimento de pertença a esses espaços culminou em uma crise das antigas identidades.

Por sua vez, o desenvolvimento das telecomunicações e a mediação das interações sociais por parte de dispositivos midiáticos fez ainda com que as identidades passassem a mudar de acordo com a forma pela qual o sujeito é representado nesses sistemas. O processo de identificação tornou-se então uma celebração móvel, podendo ser conquistado ou perdido de acordo com as representações sociais difundidas nos meios de comunicação de massa. Segundo Hall (2006, p.13), “[...] à medida que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar - ao menos temporariamente”.

2.5 Mídia e grupos minorizados

O aumento da importância dos meios de comunicação de massa na mediação das relações sociais, e conseqüentemente do papel das representações midiáticas na delimitação

das identidades, também refletiu nas políticas do grupos minorizados, para os quais a globalização representou novas possibilidades e novas necessidades na luta por visibilidade social.

Entende-se por minorizados aqueles grupos que possuem pouca representatividade nas esferas de decisão do Estado. Para definir o que faz de um grupo social uma minoria, Sodré (2005) resgata no pensamento do filósofo Kant o conceito de maioridade. Em alemão, a palavra "maioridade" (*m ndigkeit*) significa "possibilidade de falar", ao passo que o seu oposto, a menoridade (*unm ndigkeit*), representa a impossibilidade de ter voz. Tal defini o quebra com o paradigma de inferioridade quantitativa do termo minoria (“  o contrário da maioria”) e remete a uma voz de caráter qualitativo.

A defini o de minoria ainda   complementada pela vulnerabilidade jurídico-social, presença de luta hegemônica contra um padrão de comportamento vigente e posse de identidades que se encontram em constante processo de defini o (SODRÉ, 2005). A partir desse quadro referencial, enquadram-se como grupos minorizados mulheres, negros, portadores de necessidades especiais, homossexuais, idosos e prostitutas.²

Se basicamente o que delimita um grupo minorizado   a sua falta de representatividade nas instâncias de decisão do Estado, o uso das mídias em um momento de globaliza o será fundamental para o acesso aos demais campos sociais. Como sintetiza Barbalho (2005, p.36), ocupar a m dia “[...] torna-se a tarefa primordial da política da diferença, dando vazão   luta das minorias no que ela tem de mais radical [...]: poder falar e ser ouvida”.

O desafio dos movimentos sociais dos grupos minorizados foi atualizar suas estratégias de a o e expressão. Mais do que a es físicas, tornou-se necessário incorporar os mecanismos de funcionamento das mídias para o desenvolvimento de a es comunicacionais. Paiva (2005) denominou “minorias flutuantes” os movimentos sociais que se utilizam cada vez mais dos veículos de comunica o de massa visando visibilidade. A utiliza o do termo “flutuante” faz referencia a flexibilidade desses grupos na utiliza o de diferentes dispositivos midiáticos e não a instabilidade ou inconstância dos seus movimentos sociais.

Segundo a autora (2005, p.9), para uma minoria estar alinhada a um domínio da linguagem da m dia requer “a ado o de uma postura em que estética, espetáculo, tele-presença e aparência atuariam como forças, em determinados momentos, muito mais ativas do

² A configura o da prostituta como grupo minorizado será abordada com uma maior profundidade no capítulo seguinte.

que os pressupostos básicos quem mantêm a existência do ativismo político”. Dentro dessa perspectiva, a possibilidade dos grupos minorizados tornarem-se visíveis e manifestos na sociedade está intimamente vinculada à divulgação e à administração das suas representações sociais via mídia.

[...] as ONGs e os movimentos sociais todos buscam de forma deliberada gerar e sustentar uma imagem pública que os represente e os sustente. É uma luta ferrenha e permanente pela construção de um capital próprio dentro do universo simbólico da sociedade. Os meios de comunicação se apresentam, assim, como as novas forças produtivas dos palcos simbólicos, as que quase todos os atores sociais desejam aceder (VIZER, 2007, p.27).

Martino (2003) complementa que essa afirmação de existência e de reconhecimento pode ser realizada pelos grupos sociais de duas maneiras: (1) divulgando representações particulares e bens simbólicos em veículos próprios ou (2) fazendo a grande imprensa se interessar por seus assuntos.

Em comum, ambas as metodologias utilizam-se do capital simbólico do campo das mídias e do seu prestígio no macrocosmo da sociedade. Considerada o espelho da realidade social, a imprensa é bem cotada simbolicamente devido aos (questionáveis) mitos de imparcialidade, neutralidade e independência vinculadas à prática do jornalismo. Por esse motivo, “procura-se, sempre que possível, criar ou reforçar a intersecção entre campos diversos com a finalidade de reforçar o prestígio em ambos” (MARTINO, 2003, p.54).

Na primeira situação, a informação é utilizada como produto-meio para uma finalidade específica: a organização dos membros do movimento em torno de uma agenda comum e, com isso, o fortalecimento das suas bases identitárias. A utilização do jornalismo para a divulgação de representações e bens simbólicos do grupo proporciona legitimidade e reconhecimento à sua causa e à sua luta do grupo minorizado perante os seus pares.

No segundo caso, a tentativa de introdução de representações sociais particulares por parte de um determinado grupo social dentro do espaço midiático demanda a incorporação da lógica de noticiabilidade dos meios de comunicação de massa. No campo das mídias, nem todos os fatos registrados no cotidiano serão noticiados, da mesma forma que nem todos os fatos publicados serão destaque ou manchete. A escolha dos acontecimentos que serão transformados em notícias é um predicado ontológico dos meios de comunicação de massa, independente de possíveis manipulações ideológicas. Nesse sentido, pensar em um veículo

cuja lógica de noticiabilidade se dê apenas por interesses econômicos pode soar tão ingênuo como a noção de neutralidade atribuída à mídia.

Na lógica de noticiabilidade da mídia, cada acontecimento do dia a dia pode ser catalogado com uma espécie de preço simbólico, que irá determinar sua potencialidade em ser transformado em notícia. Resgatando o modelo de J. Galtung e M. Ruge sobre essa lógica, MARTINO (2003) aponta alguns fatores seletivos para se transformar um fato em notícia, entre os quais merecem destaque: (1) a frequência do acontecimento; (2) sua magnitude; (3) sua significação dentro de um contexto particular; (4) sua correspondência e ressonância com outros fatos; (5) o caráter inesperado do fato; (6) sua continuidade, entre outros. Isso significa que a divulgação de determinadas representações sociais pela grande imprensa ocorre mediante a uma finalidade específica, vinculada aos objetivos do veículo e às suas regras de noticiabilidade.

É a partir do conhecimento desses mecanismos de acesso a “primeira página” que cabe aos grupos minorizados o desafio de produzir eventos que possam suscitar o interesse do campo das mídias. Nesse sentido, é possível afirmar uma dupla dinâmica envolvendo grande mídia e movimento sociais: os grupos minorizados são passíveis de pautar as demandas dos meios de comunicação de massa se suas ações estiverem de acordo com a lógica de noticiabilidade do veículo e ostentarem um bom preço simbólico. Entretanto, a grande mídia, como instância mediadora das relações entre os campos, é igualmente capaz de ditar a agenda e as políticas das minorias.

2.6 O jornalismo online

Em tempos de globalização, o jornalismo desenvolvido em plataforma online contribui de forma singular para a difusão de representações dos grupos sociais para além dos seus campos de origem, uma vez que o veículo representará uma subversão dos limites espaciais e temporais que foram, desde sempre, características dos antigos dispositivos midiáticos. Com isso, aumentam-se as condições de acesso a essas representações e as possibilidades de identificação por parte dos sujeitos sociais.

Entretanto, antes de abordar as particularidades do jornalismo online e seus efeitos no plano social, faz-se necessário localizar a Internet no campo das mídias e discutir seu papel como mídia de massa.

Pereira (2003) destaca que a Internet pode ser enquadrada dentro da definição de meio de comunicação de massa por atender a determinados requisitos. O conceito de mídia de massa é válido quando se refere a um dispositivo tecnológico capaz de difundir uma mensagem para uma grande audiência. Ele não deve ser utilizado como referência à formação de uma cultura massificada, uma vez que a audiência não é homogênea ou mesmo passiva frente às mensagens recebidas.

Dentro dessa perspectiva, a Internet pode ser definida como uma mídia de massa devido a sua capacidade de abrangência e o crescimento no número de usuários da Rede no Brasil. A essa definição, corrobora a pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), de 2008, que aponta um aumento de 75,3% no acesso a Internet no país nos últimos três anos, elevando o número de 32,1 milhões de usuários para 56 milhões de usuários. A mesma pesquisa apontou as *lan houses* são o segundo lugar onde mais se acessa a Rede (35,2%), perdendo apenas para o acesso domiciliar (57,1%). Um terceiro ponto que merece destaque é que comunicar-se é o principal motivo para se acessar a Internet para 83,2% dos usuários.

Entretanto, cabe aqui destacar que contra a definição da Internet como mídia de massa há as condições de acesso à Rede, que ainda são precárias no país. O acesso à Internet demanda computador, modem, linha telefônica ou banda larga, ferramentas caras se tomarmos por base o salário mínimo de março de 2010, no valor de R\$510,00. Um segundo ponto é a própria demografia do Brasil, estimada em aproximadamente 186 milhões de habitantes. Dessa forma, apesar do crescimento anual no número de usuários, a Internet não representaria ainda uma realidade para 130 milhões de brasileiros.

Se o aumento no número de acessos a Internet permanecer na graduação de 75% a cada três anos, a projeção é que em aproximadamente 21 anos todos os brasileiros tenham acesso à Rede. Baseado nessa perspectiva, fundamento o uso do conceito de mídia de massa para a Internet no presente estudo. Porém, o caráter midiático da Internet não tem como referência todos os canais de comunicação que a Rede disponibiliza, restringindo-se apenas a World Wide Web (WWW).

Pereira (2003) relembra que a Internet pode ser considerada simultaneamente ferramenta de comunicação interpessoal (e-mail, MSN, chat) e um meio de comunicação

(web). Isso faz da rede não somente um aparato tecnológico, mas também uma media de interação e de organização social. Nas palavras do autor, “o que se defende aqui é a idéia de que a internet é também, e não apenas, um meio de comunicação” (PEREIRA, 2003, p.58).

Como mídia de massa, a Internet apresenta um mecanismo de organização das informações até então não utilizado na narrativa jornalística: o hipertexto. O fator inovador do hipertexto é a interconexão simultânea não apenas entre as partes distintas de um mesmo texto, mas também entre textos que se encontram localizados em espaços virtualmente dispersos.

A partir da hipertextualidade, Mielniczuk e Palacios (2001) apontam outras quatro características presentes no jornalismo desenvolvido em plataforma online: multimídia, interatividade, memória e personificação. Apesar de nem todos os elementos apresentados serem inéditos, uma vez que muitos deles fazem-se presentes em outras mídias, suas funções serão potencializadas quando utilizados na grande rede.

Primeiramente, o hipertexto permitiu que em uma mesma página virtual conviva-se textos, áudios e imagens em movimento. Esse encontro entre vários tipos de suportes midiáticos em um local virtual comum garantiu à Internet uma característica de multimídia.

Por meio da hipertextualidade, o leitor de jornais online também é capaz acessar as notícias de acordo com os seus interesses individuais, percorrendo um caminho particular ao optar pelos links disponíveis na página. A produção dessa narrativa particular caracteriza-se como uma forma de personificação.

Quanto à perspectiva da interatividade, essa pode ser contemplada tanto em relação aos aparatos utilizados pelo usuário para se conectar a rede (como o computador), quanto no âmbito da própria notícia, por meio da navegação pelos hipertextos. Devido a essas inúmeras possibilidades de interação, Mielniczuk e Palacios (2001) afirmam que seria mais correto substituir o uso do termo “interatividade” por “processo interativo”.

Por fim, cabe ainda destacar a quinta característica do jornalismo online: a memória, entendida no presente estudo como representações de um fato ocorrido no passado. Ao contrário das mídias pré-telemáticas, o acúmulo de informações na Internet não apenas é tecnicamente mais viável como também se apresenta economicamente mais barata. Com isso, torna-se viável o registro de uma maior quantidade de informações quanto o seu acesso pelo grande público.

[...] pela primeira vez na história confrontamo-nos com um processo de produção jornalística que, para efeitos práticos, não está sujeito às limitações de espaço (como no caso do jornalismo impresso) ou tempo (como nos casos do rádio e telejornalismo). A junção da hipertextualidade com a memória rompe os limites espaciais e temporais que foram, desde sempre, uma ‘marca essencial’ da prática jornalística em todos os seus suportes pré-telemáticos (MIELNICZUK e PALACIOS, 2001, p.3).

A relação do jornalismo online com a hipertextualidade e a memória é potencialmente capaz de atuar sobre a identidade dos sujeitos sociais à medida que influencia nas disposições que os mesmos compartilham no campo. Ao democratizar o acesso a conteúdos antigos, a memória é passiva de modificar o *habitus* dos sujeitos sociais conforme essas novas informações são aprendidas e interiorizadas. Com a modificação do *habitus*, os sujeitos passam a partilhar elementos diferentes daqueles que possuíam anteriormente, corroborando para a produção de outras marcas identitárias.

2.7 O exercício do poder nas representações sociais

Para definir o conceito de poder, retomo as considerações de Pierre Bourdieu e Michael Foucault. Em termos acadêmicos, Foucault e Bourdieu tiveram carreiras parecidas e congruentes. Ambos estudaram na *École Normale Supérieure*, são considerados herdeiros da geração intelectual de maio de 68 e foram professores no *Collège de France* (o primeiro durante a década de 70 e o segundo a partir da década de 80). Apesar de Bourdieu ser considerado por alguns autores como membro de uma geração intelectual posterior a de Foucault (SIMIONI, 1999, p.3), ambos conviveram durante aproximadamente quatro anos como professores na mesma instituição, onde desenvolveram laços de amizades.

Callewaert (2003, pg.132) aponta que tanto Foucault como Bourdieu abstiveram-se de interferir publicamente em seus trabalhos, seja como críticas ou por meio de referências mútuas em seus escritos. Em vida, Foucault (falecido em 1984) nunca discutiu a obra de Bourdieu, ao contrário do segundo, que em seus últimos anos de vida ativa (1992 e 2002) criticou abertamente a obra do colega.

Em relação ao poder, pode-se dizer que o exercício dos poderes é o solo no qual os dois autores desenvolvem as análises dos seus fenômenos históricos e sociais. Foucault (2004) caracteriza o poder como uma rede de dispositivos que atravessam toda a rede de relações sociais, abrangendo discursos, instituições, leis, arquitetura e outros dispositivos heterogêneos. Para o filósofo, o poder está em toda parte não porque a tudo engloba, mas porque provem de todos os lugares, penetrando na vida cotidiana e nas micro-relações sociais. É devido a essa atuação tão precisa e incrustada nas relações sociais que o poder é denominado como um “micro poder”.

Já para Bourdieu (1983), o poder se materializa nas relações estratégicas travadas entre os agentes sociais na sua constante luta por capitais no interior dos campos. Em sua obra, o sociólogo faz ainda referência ao poder simbólico, que é detido por sistemas que possuem a capacidade de atribuir sentido ao mundo social. Essa habilidade, por sua vez, somente ocorre porque é legitimada por aqueles que se submetem a ele.

Em síntese, pode-se dizer que enquanto Foucault caracterizou o poder a partir da noção de rede, a tarefa de Bourdieu foi mostrar quem exerce esse poder, especificando quem o enuncia e denunciando as situações em que esse se torna visível. Nesse sentido, a diferença entre ambos não é pequena. Como aponta Simioni (1999, p.10), “no caso de Bourdieu, importa reconstituir “o campo” dos agentes emissores dos discursos e a posição que cada um destes ocupa no espaço social em que se inscrevem, para se compreender a que tipo de poder se está referindo”.

Entretanto, é possível apontar similitudes entre esses dois conceitos indiscutivelmente diferenciados de poder, o que justifica o uso de certas considerações foucaultianas na análise das representações sociais da prostituta veiculadas pela mídia.

Tanto Michael Foucault quanto Pierre Bourdieu concordam que o poder não provém do Estado (macro-estrutura), pois se situa no nível do próprio corpo social, não acima dele. Por atravessar as relações sociais, o poder não se localiza em nenhum ponto específico da estrutura social, não tendo como ser apropriado. Dessa forma, o poder não é posse, mas exercício, de modo que todas as relações travadas na sociedade estabelecem-se apoiadas no mesmo, mesmo as de resistência. Em outras palavras, para ambos os autores o poder se manifesta nas relações sociais.

Como aponta Flausino (2002, p.4), o exercício do poder está intrínseco ao processo de construção das representações sociais, uma vez que “através das representações se travam

batalhas (...) de imposição de significados particulares”, ou seja, as representações sociais ostentam em si as particularidades dos seus produtores. Esse processo, entretanto, é mais complexo quando se trata de representações sociais veiculadas pela mídia.

Se pensarmos na sociedade como um macrocosmo no qual transitam representações concorrentes e antagônicas do mesmo objeto, a escolha do veículo midiático por uma determinada representação estará vinculada a uma lógica de construção bastante particular. Por serem as notícias vinculadas a princípios editoriais evidentes, as representações serão submetidas a regras, normas, entre outros mecanismos vinculados ao exercício do poder, de modo a ter sua difusão autorizada pelos meios de comunicação de massa.

Em “A História da Sexualidade I – A vontade de saber”, Foucault (1988), analisou as relações entre o poder e a sexualidade. Ele aponta que para se falar de sexo em uma instituição coletiva, cobra-se uma qualificação dos interlocutores e a decodificação do conteúdo discursivo. Transpondo esse pensamento para o processo de construção das representações midiáticas de gênero - como no caso das prostitutas e homossexuais – é possível concluir que o poder será exercido por meio de técnicas específicas, que visem legitimar sua difusão para uma grande audiência.

No campo das mídias, o sexo não é julgado, mas administrado por meio de regras entre enunciadores e enunciatários sobre como e quando falar sobre o sexo. Longe também de ser silenciado, o sexo é legitimado, principalmente quando difundido em discursos públicos e úteis. Esse processo de “edição” de conteúdos é utilizado tanto durante a descrição dos sujeitos sociais quanto das suas práticas, sejam elas sociais ou sexuais. Como conclui o autor:

Não se deve fazer divisão binária entre o que se diz e o que não se diz, é preciso tentar determinar as diferentes maneiras de não dizer, como são distribuídos os que podem e os que não podem falar, que tipo de discurso é autorizado e que forma de discurso é exigida de uns e de outros (FOUCAULT, 1988, p.30).

Fazendo uma aproximação entre as normatizações impostas pelo poder às representações sociais veiculadas pela mídia com as regras de noticiabilidade presentes nesse espaço (vistas na página 34), é de se supor um grande processo de “negociação” por parte dos movimentos sociais na tentativa de introdução de representações particulares na grande mídia. No caso das representações sociais de grupos de gênero sexual, como prostitutas e homossexuais, há “concessões” para se estar nos meios de comunicação de massa.

Um exemplo ilustrativo pode ser visto na personagem “Bebel”, prostituta vivida por Camila Pitanga na novela “Paraíso Tropical” (Rede Globo) em 2007, cujo processo de produção foi assessorado pela “ONG Davida”. Para compor a personagem que se prostituía nas ruas de Copacabana (Rio de Janeiro), gírias particulares daquela região de meretrício foram filtradas, enunciados foram editados e, principalmente, a vestimenta utilizada pela personagem pouco lembrava a de uma profissional do sexo “real” (VALLE, 2007). Em outras palavras, houve uma administração do silêncio (por meio da omissão de características) durante o processo de formatação da representação.

3. AS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA PROSTITUTA

“[...] partindo desse sexo que entregam aos homens como objeto, reencontram-se como sujeitos”, Simone de Beauvoir.

Como visto no capítulo anterior, as representações sociais são permeadas de significações particulares, resguardando as características dos seus produtores. Por ser a “Daspu” uma criação genuína do movimento brasileiro de prostitutas, a representação construída por meio de suas roupas fazem referência a demandas de reconhecimentos administradas pelo grupo. Dessa forma, antes de abordarmos se essa identidade requerida pela militância das profissionais do sexo tem realmente permeabilidade na mídia quando interpretada pelo jornalista online, faz-se necessário entender os níveis de referencialidade que compõem as representações sociais da meretriz presentes no campo da prostituição, assim como a relação dos demais setores da sociedade com essas representações.

O objetivo desse capítulo é decorrer sobre as imagens, crenças, valores, mitos entre outras “matérias primas” que compõem as representações da prostituta que circulam tanto no campo da prostituição quanto aquelas construídas pelos demais setores da sociedade. Parte-se do princípio que essas representações da meretriz, que muitas vezes são antagônicas, estão intimamente ligadas à história da profissão, à como essa se desenvolveu na nossa sociedade e às particularidades presentes no modo de vida do campo da prostituição.

Sendo assim, serão analisados primeiramente a posição da prostituta na sociedade e os níveis de referencialidade que envolvem a prática de trocar o sexo por um correspondente financeiro. Para isso, enfocarei as disposições compartilhadas pelas meretrizes no espaço social da prostituição, que são responsáveis por compor subjetivamente os parâmetros da profissão.

Em um segundo momento, serão abordadas a constituição do estigma da prostituição e sua influência tanto na posição pouco privilegiada da prostituta no espaço social global como no seu modo de vida particular. Por fim, o capítulo se encerra com um breve histórico da origem do movimento de profissionais do sexo no Brasil e seu impacto nas disposições internas e externas ao campo da prostituição.

3.1. O campo da prostituição

A prostituição define-se não apenas como prática social, mas também como um espaço produtor de relações específicas e de um modo de vida característico. Assim como qualquer outro campo social, a prostituição possui um *habitus* particular, que serve como repertório para que as profissionais do sexo ajam de acordo com as regras de conduta do seu campo e interajam corretamente com os outros agentes que se encontram nesse espaço, como cafetinas e clientes.

Sobre as disposições do campo da prostituição, Leite (2009) aponta algumas regras de conduta que são institucionalizadas entre as prostitutas, podendo ser observadas em diferentes épocas e locais geográficos sem possuir origem conhecida. No campo da prostituição, eles são preceitos de comportamento para as profissionais do sexo, vinculados aos princípios éticos da profissão.

Um preceito comportamental presente na prostituição é a relação da profissional do sexo com o beijo na boca. Por ser o beijo um ato intimamente relacionado à afetividade, sua utilização é recriminada e proibitiva nas relações sexuais de cunho profissional. Apesar de antigo, tal princípio ainda é visto nos dias de hoje (VALLE, 2006).

Princípio semelhante aplica-se ao orgasmo. Como uma das regras de conduta da prostituta é não misturar diversão e trabalho, o gozo (diretamente vinculado ao prazer) não é recriminado quando caracterizado como “acidente de trabalho”. Por sua vez, há ainda uma grande gama de normas comportamentais presentes no campo da prostituição que dizem respeito à descrição: a prostituta é proibida de expor fantasias sexuais alheias ou mesmo de cumprimentar um cliente na rua, sob o risco de revelar sua identidade.

O conjunto desses preceitos compõe o *habitus* profissional da prostituta, tornando-se o correspondente subjetivo do espaço social da prostituição. Ao ser interiorizado ao longo da trajetória como prostituta, o *habitus* das profissionais do sexo constitui-se como o elemento que as diferenciam dos demais grupos que não partilham das mesmas regras sociais. Devido a essa característica de diferenciação, o *habitus* fundamenta-se como um elemento participativo na constituição subjetiva da identidade social da prostituta.

Apesar de ser relativamente autônomo e dotado de regras de relações específicas, o campo da prostituição possui uma dinâmica estrutural semelhante aos outros campos sociais,

ou seja, é constituído a partir das estratégias exercidas por suas agentes visando obter os capitais genuínos do seu campo.

A afirmação de que as prostitutas lançam mão de estratégias dentro do seu campo em busca do ganho de um capital específico implica que elas se encontrem em diferentes posições nesse espaço social. Isso significa que, apesar das profissionais do sexo compartilharem o mesmo espaço social e o mesmo *habitus*, certas modalidades da prostituição possuem mais capital do que outras, proporcionando uma posição privilegiada no campo da prostituição.

Nesse espaço social, a valorização de formas de prostituição em detrimento de outras está relacionada ao local e à forma de trabalho, contribuindo para a criação de diversas representações particulares dentro do campo. Pereira (1976) e Moraes A. (1995) destacam a discriminação por parte das profissionais do sexo com as colegas que se prostituem nas praças e ruas. Essas são tidas como “bagunceiras”, “desordeiras”, e “escandalosas”, sendo freqüentemente rejeitadas pelos seus pares quando trocam o *trottoir* pelo exercício da atividade em bordéis e casas fechadas.

Em contrapartida, as prostitutas que trabalhavam nos bordéis são consideradas portadoras de bons-modos e de comportamento discreto. Essa diferença entre o pouco capital atribuído às prostitutas de vias públicas e o alto capital das profissionais do sexo dos bordéis faz referência à dualidade presente nas representações de casa e rua, principalmente em relação à oferta de sigilo e segurança presente em cada uma delas.

A rua - concebida como espaço de violência, criminalidade e de vulnerabilidade social - estende seu baixo prestígio para as mulheres que batalham nessa região. A prostituta de via pública fica propensa a estabelecer contatos com traficantes de droga, cafetão, entre outras figuras marginalizadas que transferem sua condição para ela. Todas essas circunstâncias contribuem para a estigmatização das profissionais do sexo adeptas do *trottoir* dentro do campo.

Outra característica que é simultaneamente causa e reflexo da posição pouco privilegiada das profissionais de rua no campo da prostituição é a remuneração financeira. Conforme apontei em outro estudo (VALLE, 2006), o sigilo e a segurança relacionados ao local no qual o serviço é oferecido costuma ser um dos fatores responsáveis pela atribuição de valor ao preço do programa. A rua, constituída como espaço público, é o local onde a

remuneração torna-se mais barata por sujeitar os clientes e as prostitutas à exposição, influenciando no baixo “valor social” das mulheres adeptas do *trottoir*.

Sigilo e segurança também são as moedas que fazem as prostitutas dos bordéis serem melhores cotadas entre seus pares. Ao contrário da rua - na qual a identidade da prostituta perante as colegas muitas vezes fica restrita ao anonimato - a convivência diária contínua no bordel permite que as profissionais do sexo estabeleçam vínculos de coleguismo, dando pouca margem para suspeitas coletivas quanto à índole de uma determinada prostituta. A divisão do espaço físico do bordel entre quartos e sala de estar – sendo esta última caracterizada como área de convivência entre profissionais e fregueses -, somado ao fato do estabelecimento ser administrado por uma autoridade feminina (a cafetina), remete ainda a tradicional configuração das “residências de família”. Como corrobora Moraes A. (1995), era comum no discurso das prostitutas da zona do Mangue (RJ) a denominação daquele espaço de trabalho como um local “familiar”.

Já o mais alto capital do campo da prostituição é atribuído às mulheres que trabalham na prostituição de luxo: as chamadas “acompanhantes”. Como seus programas costumam ser intermediados por telefone, anúncios em jornais, agências e hotéis, há uma menor exposição do cliente. Por sua vez, a entrada das mulheres nessa modalidade de prostituição está subordinada a um suposto nível de especialização diferenciado, que pode ser desde atributos estéticos e formação universitária até o domínio de outros idiomas para o trato com o cliente. Tais atributos - que não são sexuais - deslocam as adeptas da profissão de luxo para uma posição privilegiada na hierarquia de prostitutas.

A hierarquização das modalidades de prostituição e a organização das prostitutas em torno dessas “castas” acabam por influenciar nas relações objetivas produzidas no interior do campo. Em um trecho da sua autobiografia, Leite (2009) relembra a tensão provocada entre suas colegas de profissão quando optou por trocar a prostituição com estrangeiros nas boates de Copacabana pelo trabalho em uma zona de baixo meretrício:

A Suzana, minha amiga local, já não estava querendo muito papo comigo por conta da minha decisão. Dividir um quarto com cinco mulheres que se sentiam muito importantes por serem prostitutas de Copacabana e que faziam questão de me desprezar por eu trabalhar na zona pobre não estava sendo nada divertido (LEITE, 2009, p.113).

3.2. Vestimenta e performance

Fruto do *habitus* interiorizado do campo da prostituição, a vestimenta é um dos elementos utilizados pelas profissionais do sexo na constituição da sua representação social. Apesar de seus efeitos serem de caráter subjetivo, a função da roupa no espaço da prostituição é objetiva: ela transmite diferentes tipos de informação social e está relacionada à posição ocupada pela profissional do sexo dentro do campo.

Em regra, o olhar é a principal ferramenta de comunicação entre prostituta e cliente. Nas sociedades em que a prostituta era figura notória, com livre circulação nas diversas esferas sociais, a roupa funcionava como símbolo de diferenciação, servindo para facilitar a identificação da profissional do sexo por parte do cliente. De acordo com Goffman (1975), entende-se por símbolo os signos que “podem ser acessíveis de forma freqüente e regular, e buscados e recebidos habitualmente”.

Um exemplo do uso da vestimenta como símbolo da prostituição é retratado no romance “Lucíola”, escrito por José de Alencar, em 1862. Na narrativa, o primeiro contato entre a cortesã e o protagonista “Paulo” ocorre durante uma visita ao teatro, mediado pelo vestido da prostituta:

Admirei-lhe do primeiro olhar um tale esbelto e de suprema elegância. O vestido que o moldava era cinzento com orlas de veludo castanho e dava esquisito realce a um desses rostos suaves [...]. Compreendi e corei da minha simplicidade provinciana, que confundira a máscara hipócrita do vício com o modesto recato da inocência (ALENCAR, 1994, p.14-15).

Finalidade similar possui a vestimenta no *trottoir* dos dias de hoje. O uso de trajes tradicionalmente caracterizados pela combinação de cores chamativas tem a dupla função de facilitar a identificação da prostituta por parte do cliente e também de seduzi-lo.

Já na prostituição contemporânea travada em ambientes fechados - tais como saunas, boates e bordéis - o indumento serve fundamentalmente como elemento de sedução e conquista. Nestas, não há necessidade da roupa ser utilizada pela prostituta como instrumento de informação social, uma vez que o cliente subentende que as mulheres presentes no ambiente são adeptas da prática. Em contrapartida, a metodologia da prostituição em ambiente fechado institui à mulher o papel de aproximar-se do freguês por meio do flerte, o que acarreta em uma maior concorrência entre as prostitutas na tentativa de seduzir os homens

que se encontram no estabelecimento. Dessa forma, o traje integra-se ao ritual do ato de flertar e funciona como elemento de ostentação de beleza e sensualidade.

A vestimenta também possui a função de transmitir informação quanto o *status* intelectual, cultural e econômico da prostituta. A esses exemplos correspondem às hetairas do Renascimento e as gueixas japonesas, que se diferenciavam das prostitutas do baixo-meretrício pelo uso de tecidos, estampas e símbolos específicos.

Por fim, a roupa ainda agrega capital à profissional do sexo e influencia no seu valor social dentro do campo, como pode ser notado na prostituição de luxo. Para a prostituta de luxo oferecer um serviço a uma camada elitizada, há a necessidade da constituição de uma determinada estética apreciada por esse grupo social.

Visando a construção dessa estética burguesa, a prostituta de luxo torna-se não apenas produtora de moda como também consumidora da mesma. Mello (2002) relembra que era comum as meninas da cafetina bauruense Eny Cesarino – que atendia a elite da cidade entre as décadas de 50 e 80 - comprarem trajes ou freqüentarem os mesmos estabelecimentos de beleza que as senhoras da alta sociedade. Como resultado, a utilização de roupas e acessórios de reconhecido *status* acaba por fixar seu capital econômico na mercadoria ofertada pelas profissionais do sexo.

Independente do intuito da vestimenta ser a constituição de uma aparência sensual, requintada ou atrair a atenção do freguês, a relação da prostituta com sua roupa encontra-se historicamente vinculada a manipulação de impressões sociais no processo de interação com seus clientes. Isso nos leva a considerar o traje como um elemento *performático* para a profissional do sexo, que irá influenciar não somente a representação do seu eu no cotidiano como na constituição da sua identidade social.

Por meio da escolha das roupas, a profissional do sexo molda a sua representação social visando uma melhor compreensão desta pelo freguês, como visto nas modalidades de prostituição nas quais é necessário que o cliente identifique a prostituta no ambiente. Há outros casos em que a representação é manipulada para se enquadrar nas expectativas da sua clientela, como ocorre na prostituição de luxo.

A roupa como elemento performático pode ainda ser pensada também a partir do consumo. Há uma projeção nos objetos comprados de aspectos da identidade: se não somos os itens que consumimos, compramos aquilo que somos ou que pretendemos ser. O consumo manifesta-se, então, como uma das formas possíveis de expressão das identidades, sejam elas

a de mulher fatal ou de prostituta refinada. Por sua vez, a decisão de compra e a seleção das peças de roupa são filtradas pelo *habitus*, revelando muito sobre o indivíduo, seu estilo de vida e dos espaços sociais que este habita.

Juntamente com a escolha da sua indumentária, a manipulação da representação social por parte da prostituta durante a interação com o cliente também aciona outros dispositivos, tais como trejeitos e o uso de pseudônimos. Conforme os relatos de Leite (2009), o próprio ato sexual no campo da prostituição também é altamente performático, fazendo parte da técnica da prostituta o fingimento do orgasmo visando à satisfação do cliente.

A performance, entretanto, não deve ser entendida como mentira ou dissimulação. Para que a prostituta “construa” uma personagem por meio da roupa e expressão corporal é necessário conhecer o papel a ser desempenhado. Esse domínio não se encontra apenas na representação, uma vez que a profissional do sexo também passa a vivenciar as experiências e emoções particulares desse papel.

Há, nesse sentido, uma intrínseca relação entre realidade/aparência e entre identidade/performance. PARK (1950 *apud* GOFFMAN, 1975, p.27) sintetiza esse vínculo ao afirmar que o “homem está sempre [...] representando um papel [...]. É nesses papéis que nos reconhecemos uns aos outros; é nesses papéis que no conhecemos a nós mesmos”.

3.3. O estigma da prostituta

Outro fator que influencia a identidade social da profissional do sexo é a estigmatização que cerca a prostituição. A palavra estigma remota da Grécia Antiga e faz referências ao ato de marcar com ferro em brasa pessoas consideradas criminosas ou traidoras. Era denominado estigma o sinal advindo desse ato, que evidenciava o status moral de quem o portava.

Goffman (1982) retomou o termo para designar atributos sociais depreciativos que igualmente “marcam” seus portadores, danificando sua identidade social. Segundo o pensamento do autor, podem ser identificados três tipos de estigmas: (1) os físicos, relacionados aos portadores de necessidades especiais ou às pessoas fora dos padrões estéticos considerados normais; (2) os “tribais”, que fazem referências a aspectos culturais, como etnia, território e religião; (3) os morais, atribuídos aos indivíduos que se distanciam das normas

sociais impostas, apresentando um comportamento desviante. É nessa última categoria que se enquadra a prostituta.

Os diferentes tipos de estigma são reinterpretados no campo social visando justificá-los. Nesse sentido, estigmas físicos e culturais são tidos como “defeito” ou “desvantagem”, ao passo que estigmas morais, como o da prostituta, são habitualmente considerados “fraqueza de caráter” ou “de espírito”.

Por ser o estigma vinculado a uma identidade cultural ou social específica, ele não é parte da essência do indivíduo, sendo constituído a partir das relações entre os sujeitos. Isso significa que não existem apenas duas modalidades de pessoas – os estigmatizados e os normais – mas papéis sociais. Cada indivíduo passa a vivenciar o papel de estigmatizado ou de normal de acordo com as conexões sociais travadas e com as diferentes fases da sua vida. Em outras palavras, “o normal e o estigmatizado não são pessoas e sim perspectivas que são geradas em situações sociais durante os contatos mistos” (GOFFMAN, 1982, p.148-149)

Como o indivíduo não é 100% desviante, haverá outras áreas de sua vida que não são estigmatizadas e nas quais ele possa ser considerado “normal”. Nesse sentido, uma mulher pode ser aceita em determinados círculos sociais por ser da etnia branca e discriminada em outros por exercer a função de prostituta.

Todo o estigma possui ainda um elemento de informação social que permite o seu reconhecimento. Ao contrário dos estigmatizados por motivos físicos ou étnicos, o elemento estigmatizante da prostituta não é aparente. Dessa forma, ele somente poderá ser identificado pelo receptor mediante duas condições: um conhecimento prévio quanto à ocupação exercida pela mulher prostituta ou por meio da visibilidade dos elementos que configuram o exercício da sua profissão. No caso da prostituta, o componente que carrega a informação social do seu estigma é o mesmo utilizado para atrair o cliente: a vestimenta sensual e chamativa.

Por não ser o traje de prostituta um atributo estigmatizante permanente, ele vai possibilitar a manipulação do estigma durante a sua representação no cotidiano. A roupa é entendida como um instrumento que pertence à vida pública e ao contato com estranhos, situando-se no pólo oposto da intimidade. Sua finalidade será “separar” a identidade desviante da prostituta das demais identidades sociais. Entretanto, a manifestação do estigma não vai depender exclusivamente da visibilidade da roupa e da prostituta, mas da capacidade decodificadora da audiência em interpretar e identificar, a partir da vestimenta, o exercício da sua profissão.

Mas quais são os preceitos responsáveis por caracterizar o comportamento da prostituta como desviante e legitimar sua discriminação social? Da mesma forma que a existência do estigma pressupõe uma normalidade, o desvio de comportamento implica na existência de uma regra. No caso da prostituta, a regra ferida tem como referência explícita a conduta sexual feminina.

Beauvoir (1980a) revela que as leis que cercam a conduta sexual feminina possuem como referência o advento da propriedade privada. Para explicar a origem dessas regras comportamentais, a pensadora formulou uma pesquisa antropológica sobre o papel da mulher ao longo das civilizações.

Nas sociedades nômades, a inferioridade da mulher era relacionada à sua não participação econômica. Gravidez, parto e menstruação ocupavam seu tempo e suas forças durante boa parte do ano, impedindo-a de participar de atividades como caça e pesca. Naquele momento, a maternidade não era importante e a religião não cerceava a fêmea. Tais fatos refletiam nos totens idolatrados até então, que eram basicamente assexuados.

Com a fixação do homem ao solo e o surgimento da agricultura, há o advento da posteridade: a figura do filho torna-se fundamental como herdeiro da terra e como mão-de-obra. Há ainda uma aproximação entre a terra que proporciona o alimento e a mãe que gera o filho, fazendo da maternidade uma instância sagrada e da mulher objeto de adoração na religião, materializando-se na figura mística da Deusa.

Em um terceiro momento, o uso de ferramentas para o cultivo da terra transformou a percepção do homem frente à mulher. Fazendo uso da ferramenta, o homem descobre-se detentor de um poder que independe da natureza. Uma nova analogia entre o cultivo na terra e o papel da mulher na gestação ganha quórum: a fêmea passa a ser considerada apenas o receptáculo que irá guardar o embrião, cabendo ao homem o papel “ativo” de fecundá-la com sua semente. A partir dessa perspectiva, há o advento da paternidade, cujo reflexo na religião pode ser notado no surgimento das figuras do filho e do amante da Deusa e, futuramente, na criação do Pai Supremo.

Despojada do seu prestígio místico e de sua função prática, a mulher ficou restrita, por séculos, à procriação e às tarefas secundárias. Por ser considerada passiva no processo de gestação, negou-se a ela a detenção e a transmissão dos bens ou a posse sobre os progenitores. O sexo feminino passou ainda a representar um perigo para a manutenção da propriedade

agrícola, uma vez que a mulher poderia ser fecundada pelo homem estrangeiro. Sendo assim, coube a ela o fardo de uma castidade rigorosa.

O controle sobre o sexo da mulher, por sua vez, tem uma função muito mais abrangente do que se supõe a primeira vista. Se a propriedade privada representa a família e a família é a célula da sociedade, vigiar o sexo feminino configurava preservar a estrutura social. Com o intuito de preservar a descendência legítima, as diversas instituições sociais passaram a fomentar, estrategicamente, o mito de uma sexualidade legítima, caracterizada como heterossexual, monogâmica e direcionada exclusivamente à procriação.

Segundo Foucault (1988), a sexualidade é um dispositivo construído historicamente por meio de discursos, leis, organizações e instituições, influenciando no modo como o sexo é concebido na nossa sociedade. Nesse sentido, é a sexualidade que se encontra inserida no sexo, e não o contrário, como geralmente se supõe.

O advento do mito de uma sexualidade oficializada é influenciado pela ação daquilo que Foucault (1988) chamou de biopoder, poder³ direcionado à proliferação da vida. Além de tomar forma nas técnicas de dominação, esse tipo específico de poder atinge a realidade mais concreta dos indivíduos: o seu corpo.

Visando a manutenção da vitalidade do corpo social, o corpo físico tornou-se sujeito a uma boa administração e a gestão calculista da vida. No primeiro caso, o corpo, entendido como máquina, é incentivado pelo biopoder a ser adestrado e ter suas aptidões anatômicas ampliadas. Por sua vez, a gestão do corpo serve de suporte para os processos biológicos vinculados ao futuro da espécie, como natalidade e longevidade.

O sexo sem finalidade procriativa representa o desperdício de força vital, o esgotamento do corpo e, principalmente, a morte sem sucessores para resguardar a terra. Dessa forma, o biopoder vai regular o bom uso da sexualidade por meio de normatizações que irão se manifestar também no plano social, como leis jurídicas, pesquisas médicas, doutrinas pedagógicas, entre outros. Ao ganhar permeabilidade nas diversas instâncias da sociedade, a sexualidade legítima (entendida como objeto e alvo do biopoder) foi naturalizada como uma regra de conduta para a mulher, provocando a estigmatização da prostituta e dos outros grupos que se afastam das suas prerrogativas.

³ De acordo com Foucault, o poder não é uma entidade estável, mas um feixe de relações que atravessa todas as esferas da sociedade. Dessa forma, o poder não está localizado em um ponto específico da estrutura social ou tão pouco é passivo de apropriação: ele é exercido pelos sujeitos e funciona por meio de uma rede de técnicas e estratégias (FOUCAULT, 2004; REVEL, 2005).

Sobre a relação atual da sexualidade feminina com as formas de exercício do poder, cabe aqui um parêntese. Pelo menos 60 anos separam os dias que correm do pensamento feminista de Beauvoir (1982), de modo que o exercício da sexualidade por parte da mulher ganhou novas nuances no mundo pós-feminista. Conforme apontam principalmente os estudos sobre a representação da mulher na mídia, a construção do feminino ocorre geralmente como corpo sexualizado (FLAUSINO, 2005; SWAIN, 2001).⁴

O processo de sexualização do feminino, entretanto, também está vinculado ao exercício do poder. Segundo Foucault (1988), longe de reprimir o sexo, o poder incentiva e estimula a sua colocação em discurso, porém mediante á protocolos. Em “A História da Sexualidade 1 – A Vontade de Saber”, o autor lembra que desde a idade média o discurso do sexo é estimulado como segredo e por meio de técnicas de produção da verdade, como a confissão.

Se atualmente o peso da sexualidade não-monagâmica recai de uma forma mais suave sobre a mulher, por que ainda há a estigmatização da prostituição? Uma possível resposta é que advento do estigma da prostituta não ocorre propriamente devido ao descumprimento das regras que envolvem a sexualidade feminina, mas das razões que levam a profissional do sexo a não cumpri-las. Isso significa que a causa do seu estigma não está relacionada somente ao código moral, mas à moral.

Segundo Foucault (1988), entende-se por moral o comportamento real do indivíduo frente às regras e aos valores que lhe são propostos, designando a maneira pelo qual ele se submete, ou não, a um princípio de conduta. Nesse sentido, a moral não engloba apenas a regra estipulada ou a conduta do indivíduo, mas o seu modo de sujeição. Ela faz referência à maneira pela qual o sujeito estabelece a sua relação com o código prescrito pelas instituições e ao modo como se reconhece ligado a ele, o que irá influenciar na obrigação de colocá-lo em prática. Em outras palavras, a moral implica numa “relação consigo”.

Tal perspectiva não considera as normas sociais como imperativas, mas como juízo de valor. Isso significa que há outras causas que levam o indivíduo seguir o código moral do que a mera obediência. No caso específico da conduta sexual, o vínculo do sexo ao

⁴ Em estudo sobre a representação midiática da mulher, Flausino (2005) aponta que essa é naturalizada como objeto do sexo e sua sexualidade é posta em discurso permanentemente. Severo (1995), ao pesquisar o conteúdo das revistas femininas “Cláudia” e “Nova”, aponta que mesmo propondo traçar uma representação de mulher vinculada aos padrões pós-movimentos feministas, a revista aponta para uma pseudo-emancipação da mulher. Já Swain (2001,p.12), também em análise da revista “Nova”, comenta que todas as chamadas de capa são voltadas para sexualidade e sedução. Para ela, a revista é construída “em função de um personagem cuja presença é incontornável e em torno do qual giram as mulheres incansavelmente: o homem”.

enfraquecimento do corpo e à manutenção da espécie contribui para que sujeição a uma sexualidade heterossexual, monogâmica e procriativa seja entendida como manutenção da vida.

Dentro dessa perspectiva, o ato sexual inquieta não por representar “o mal”, mas por perturbar a relação do sujeito consigo e abalar as estruturas que o constituem como sujeito moral. Caso não seja utilizado e distribuído como convém, o sexo desencadeia forças involuntárias que provoca dispêndio das energias e a morte sem descendência honrada. Nesse sentido, a sujeição às regras morais da sexualidade legítima implica, antes de tudo, em um controle do corpo e do desejo.

O estigma social da prostituição localiza-se no que é considerada uma incapacidade da prostituta de controlar o seu sexo, ou seja, de manter a governabilidade de si. A falta de domínio do sexo, entretanto não fica restrita apenas ao corpo, estendendo-se também ao controle da alma. Esse é o motivo para que o estigma da prostituta seja constituído tendo como referência à moral, sendo reinterpretado socialmente por “fraqueza de caráter” ou “fraqueza de espírito”, como relembra Goffman (1975).

A naturalização do mito de uma sexualidade feminina legítima e, conseqüentemente, do estigma que paira sobre a prostituta, ainda é reflexo do processo que Bourdieu (1999) denominou dominação simbólica masculina.

A incorporação da mulher à história da herança e da propriedade privada resultou em uma oposição binária e hierárquica entre os sexos, passando a ser o princípio masculino tomado como medida de todas as coisas. Do plano objetivo - no qual a conquista masculina pode ser notada na incorporação do sobrenome do marido ao nome da esposa, no assento privilegiado do pai na cabeceira da mesa ou nas imagens religiosas nas quais a mulher é excluída da linhagem hierárquica de poder – as estruturas de dominação irão subjetivar-se sob a forma de esquemas cognitivos e de percepção, sendo interiorizadas pelos sujeitos.

A partir das diferenças anatômicas entre homem e mulher, um sistema de oposições cosmológicas e simbólicas ganha vida, encarnando no corpo social e na espacialidade. Como consequência, as diferenças entre o masculino e o feminino são sustentadoras e sustentadas por sistemas de oposições homólogas como duro e suave, dentro e fora, frente e trás, seco e molhado, entre outros. Bourdieu (1999) destaca, por exemplo, a associação da masculinidade ao lado direito e da feminilidade aos alimentos e bebidas doces.

A ordem social torna-se, então, uma máquina simbólica que ratifica e se apóia no androcentrismo. Por estarem simultaneamente no estado objetivado das coisas e incorporado no *habitus* social, as diferenças hierárquica entre os sexos passam a ter eco em toda a parte. Essa concordância entre estruturas sociais e estruturas cognitivas serve de base para que a dominação masculina seja entendida como parte da natureza das coisas, portanto invisível e não questionada.

O próprio corpo biológico, que paradoxalmente fundamenta a hierarquização entre os sexos por meio das suas diferenças anatômicas, também é reinterpretado segundo a ótica da dominação masculina. Em outras palavras, é a visão social que fundamenta a diferença anatômica (e objetiva) entre os sexos. Essa diferença socialmente construída é que organiza a percepção das coisas, fechando uma relação que é cíclica. Conseqüentemente, órgãos sexuais e o ato sexual passam a ser igualmente organizados por esquemas de percepção androcêntricos.

Um exemplo é a estigmatização da passividade feminina, cujo reflexo é a reprodução nas práticas sociais daquilo que é uma função bio-sexual do órgão reprodutivo da mulher: receber o pênis. A partir do ato sexual concebido no sentido da primazia masculina, a condição biológica da mulher fundamentou, simbolicamente, o seu estigma como sexo inferior e de sua submissão (MISSE, 1979).

A mútua referência entre o passivo sexual e o conjunto de atributos do comportamento da mulher envolve uma distinção entre superioridade e inferioridade, ou ainda entre a “vantagem” do ativo em relação à “desvantagem” do passivo. Em outras palavras, é o passivo que depende do ativo para ter sua existência simbólica garantida. Essa hierarquização dos corpos pode ser notada na linguagem cotidiana, na qual os termos que fazem referência ao ato de penetrar são indicadores de prestígio (tais como “foder”, “comer” e “do caralho”) e as terminologias que caracterizam o ato de ser penetrado são altamente desqualificantes (“fodido”, “comido” e “buceta”).

A degradação atribuída à passividade sexual também exerce influência sobre o estigma da prostituta, deteriorando ainda mais a sua identidade social. Se ser penetrado é tido como algo desprestigiante do ponto de vista social, aceitar a penetração voluntariamente e fora do código sexual voltado à vida é considerado também amoral. A interiorização das oposições hierárquicas que fazem da passividade um estigma social constitui ainda uma das hipóteses sobre os motivos pelos quais prostituição não evoluiu tendo as mulheres como cliente:

“Se a prostituição tivesse se desenvolvido entre mulheres, as clientes é que continuariam sendo chamadas de puta, pois é evidente que o que consideramos prostituído não é o corpo vendido, mas o corpo penetrado. Só atingem essa degradação as mulheres ou, na falta delas, os enrabados” (BRUCKNER e FINKIELKRAUT, 1979, *apud* PERLONGUER, 1985, p.21).

O tratamento dado a vagina também vai influenciar no estigma não só da prostituta como também da prostituição enquanto profissão. Legitimado quando escondido ou bem administrado, o órgão sexual feminino vai ser concebido pelas instituições como sagrado, segredo e tabu (BOURDIEU, 1999). Conseqüentemente, tal pensamento exclui a possibilidade da mulher revelar ou entregar seu sexo senão por doação ou oferta gratuita, prejudicando a concepção de uma prostituição exercida como opção profissional.

3.4. O estereótipo da prostituta

Ancorado na suposta falta de governabilidade dos desejos e tendo como referencial a hierarquização simbólica dos sexos, o estigma da prostituta não permaneceu restrito somente aos momentos em que ela exerce a profissão, sendo deslocado para outras áreas de sua vida. Aos olhos dos outros grupos sociais, a “deficiência” da prostituta deixa de ser fruto apenas da sua conduta como profissional do sexo para ser tomada como parte de sua essência.

Na tentativa de organizar o caos representado pela profissional do sexo e sua subversão das regras de conduta, cria-se socialmente estereótipos do que é ser prostituta a partir do deslocamento do seu estigma.

O estereotipo é uma forma particular de representação social (Jodelet, 2001), mas que tende a simplificar a realidade, a fixar seu objeto e a negar as diferenças. Sua função é transformar elementos estranhos ao sujeito em algo familiar, facilitando as interações sociais e a interpretação da realidade cotidiana. Assim como a representação, o estereótipo também vai ser construído a partir da distorção (quando os elementos do objeto são acentuados ou

atenuados), suplementação (quando há o acréscimo de atributos que não são genuínos do objeto) e da subtração (quando há a supressão de uma característica do objeto).⁵

A função primordial do estereótipo da profissional do sexo é tentar explicar as causas que levam voluntariamente mulheres a negar os esquemas motivacionais da sociedade, tais como o emprego legítimo em tempo integral, o sexo regulado visando à vida e a divisão de papéis sociais entre os sexos. Nesse contexto, Goffman (1975) explica que o estereótipo não é uma mentira, mas uma homogeneização do coletivo que, como tal, não comporta o pluralismo de outras identidades. Longe de apresentar uma imagem falsa dos fatos, ele atua simplificando a realidade social por meio da negação das diferenças.

É ainda importante conhecer a fundo os níveis de referencialidade com os quais os estereótipos da profissional do sexo dialogam, uma vez que eles influenciarão o modo como a prostituta será apresentada na sociedade. O estereótipo da prostituta poderá refletir tanto na identidade dos demais grupos, por meio de um processo de alteridade, quanto na identidade da própria profissional do sexo, por meio da interiorização dessas representações no seu *habitus* profissional.

Primeiramente, o estereótipo da prostituta aciona os possíveis motivos que levam mulheres a adentrarem por iniciativa própria em uma situação de desvio comportamental. O mau uso dos prazeres é explicado no senso comum através da necessidade econômica, associada à alta rentabilidade proporcionada pelo ato de prostituir-se.

O contra-argumento do ingresso à prostituição por sobrevivência financeira é dado por Moraes A. (1995), que durante o final da década de 80 entrevistou as prostitutas cariocas que trabalhavam na zona de baixo meretrício denominada “Mangue”. Em sua pesquisa, o fator econômico era apontado pelas meretrizes como um das causas do *rendez-vous*, uma vez que a profissão, pelo menos teoricamente, não demandava um alto nível de especialização e era mais rentável do que outras ocupações com o mesmo perfil, como o trabalho de empregada doméstica. Entretanto, as declarações que vinculavam o ingresso na prostituição *apenas* a necessidade econômica eram interpretada pelas próprias prostitutas como sendo tão pouco convincentes quanto às afirmações que atribuíam a escolha da ocupação por gosto:

A necessidade de sobrevivência, por si só, coincide com a situação de outros milhões de mulheres que nem por isso escolheram a prostituição. Como um considerável contingente de prostitutas é oriundo de outras experiências

⁵ Para maiores detalhes sobre a defasagem da representação em relação ao objeto representado, ver Jodelet (2001).

profissionais ou ainda desenvolve experiências paralelas à profissão, elas sabem, por experiência, que de alguma forma a sobrevivência poderia se realizar através de outras ocupações. [...] Entre as prostitutas, a articulação da necessidade econômica com diferentes fatores, sejam culturais, afetivos, psicológicos, sociais, etc., para explicar o ingresso, parece se constituir como um valor reconhecido pelo coletivo (MORAES A., 1995, p.88).

A presença notória de prostitutas originárias das classes média e média-alta também faz um contraponto ao reducionismo do fenômeno da prostituição ao fator econômico. Um exemplo é a figura mitológica de Hilda Furacão - prostituta proveniente da elite mineira que residiu na antiga zona boemia de Belo Horizonte (MG), na década de 50. Nos dias atuais, há ainda o caso da garota de programa Bruna Surfistinha, ex-estudante de colégios paulistanos tradicionais que ficou publicamente conhecida ao publicar a autobiografia “O doce veneno do escorpião”, em 2005.

Entretanto, não pode se perder de vista que há casos em que o exercício da profissão de prostituta não se configura como uma escolha propriamente dita. Em estudo sobre o estigma da prostituta pobre, Mattos (2009, p.175) atenta para situações nas quais “as prostitutas são inclinadas a orientarem sua conduta a partir de alternativas propriamente definidas pelo contexto de vulnerabilidade e precariedade do seu universo familiar”. Ainda nas palavras da autora, “essa escolha, como se diz Pierre Bourdieu, é apenas aparente, constituindo-se, na verdade, como uma ‘escolha pré-escolhida’” (*Ibidem*).

Juntamente com a pobreza, o desvio da prostituta é constantemente justificado por deficiências biológicas. Nota-se a utilização desse pensamento não apenas no senso comum como também na academia: Pereira (1976) faz uso de literatura médica e sociológica para atribui à ninfomania e aos problemas de ordem psicológica os motivos que levam mulheres aparentemente sadias a adentrarem na prostituição. Nesse caso, o conteúdo acionado é a governabilidade do corpo e dos desejos, que deixa de ser apenas indicativo de um comportamento social saudável para torna-se, simultaneamente, referencial de normalidade também no plano biológico.

A sexualidade desregulada também é utilizada como pano de fundo para atribuir outros desvios comportamentais ao estereótipo da prostituta, tais como a incapacidade de constituir família, gosto pela desordem e promiscuidade. Quanto ao primeiro argumento, Bacelar (1982) demonstrou que as prostitutas das zonas pobres de Salvador (BA) não se desviam completamente dos modelos normativos que constituem a família brasileira.

A família da prostituta apresenta duas rupturas significativas em relação à norma vigente: são chefiadas por mulheres em uma sociedade de homens e apresentam uma sexualidade ilegítima em uma sociedade que preza o sexo legítimo. Entretanto, o sistema de família permanece interiorizado em seus membros: há relações de parentesco, filiação, consangüinidade, negação do incesto e alianças afetivas, com ou sem casamento.

O atributo de desordem também se mostra incoerente com as relações vivenciadas no interior do campo da prostituição. Ao contrário do que sugere a palavra “zona”, a profissional possui sistema de trabalho, organizando-se a partir de regras informais e em normas de conduta. Como visto anteriormente, a própria relação da prostituta com o sexo é entendida por um viés profissional, sendo recriminados orgasmos ou relacionamento afetivos com clientes.

Já a promiscuidade da profissional do sexo não se localiza apenas nas relações sexuais travadas com inúmeros homens desconhecidos: ela é reforçada pela presença do dinheiro. A prostituta troca algo íntimo (o corpo) por aquilo que simboliza a impessoalidade (a moeda), igualando coisas de natureza distintas. Gaspar (1985), Moraes A. (1995) e Leite (2009) relatam ainda que a profissional do sexo utiliza-se de critérios para a escolha da clientela, que podem ser físicos, estéticos ou mesmo sociais. Ela também pode recusar-se a manter relações sexuais sem camisinha ou com homens que possuem manifestações de doenças venéreas, quebrando com o mito da prostituta que “deita-se com qualquer um”.

O estereótipo da profissional do sexo também faz referência a um suposto baixo nível educacional e intelectual daquelas mulheres que decidem adentrar na prostituição. Em oposição ao que a generalização supõe, há um amplo desenvolvimento do sexo de luxo “especializado” nas cidades voltadas para o turismo e turismo de negócios. Nesses espaços, cursos universitários e o domínio de outros idiomas por parte das prostitutas são desejáveis quando não necessários em prol de uma boa colocação no mercado do sexo (VALLE, 2006).

É ainda ao estigma que recai sobre o passivo sexual que igualmente explica a estereotipagem da prostituição como um trabalho de “vida fácil”. A hierarquização simbólica do corpo e dos sexos resulta na atribuição de uma maior importância ao papel do homem durante o ato sexual. Ao ato de penetrar é atribuído o maior trabalho e gasto de energia durante a relação, ao passo que a mulher cabe o papel de ser penetrada, de receber o pênis, de ser passiva. A atividade enquanto atributo masculino e, portanto, qualificador, é utilizada socialmente para enfatizar a iniciativa e o trabalho em detrimento do ócio, da passividade. Se a definição de trabalho está vinculada a atividade e a prostituição feminina configura-se em

ser penetrada, o ato de prostituir-se é julgado como incompatível de ser enquadrado como uma ocupação legítima.

3.5. A marginalidade no *habitus* da prostituta

Por não ser o elemento estigmatizante da prostituta um atributo de nascença - como ocorre com os estigmas físicos e étnicos - ele é uma “deficiência” adquirida ao longo de sua trajetória de vida. Isso significa que a profissional do sexo passa por dois processos de aprendizagem em relação ao seu estigma: a aprendizagem do ponto de vista dos normais e uma aprendizagem após a vivência do estigma. A essas fases de aprendizagem, Goffman (1975) denominou carreira moral.

Aproximando o pensamento de Goffman com a teoria do espaço social de Bourdieu (1983), pode-se dizer que cada uma dessas aprendizagens corresponde a um *habitus* distinto: ao longo da sua carreira moral, a prostituta interioriza tanto um *habitus* “normal”, quanto um *habitus* de quem sofre um estigma de ordem moral. Como a identidade de prostituta é apenas um dos diversos papéis exercidos pela mulher durante suas interações sociais, o *habitus* normal será constantemente acionado durante as situações nas quais o seu estigma precise ser encoberto ou manipulado. Com isso, há uma transformação na concepção da prostituta como sujeito marginal que vive *entre* dois mundos (normal e estigmatizado) para uma percepção dela como agente que habita simultaneamente esses dois mundos diferentes.

A interiorização da marginalidade no *habitus* profissional da meretriz, por sua vez, é fruto da posição pouco privilegiada das profissionais do sexo nos diversos campos sociais e das interações ocorridas nesses espaços. Da mesma forma como ocorre com qualquer agente social, a posição ocupada pela prostituta na sociedade será determinada igualmente pela quantidade de capital acumulado no interior de cada um deles.

A incorporação do androcentrismo no mercado de bens simbólicos dos campos sociais é um fator responsável pela influência do estigma da prostituta no seu baixo capital social. Bourdieu (1999) atribui à família o papel de guardião dos capitais do Direito e da Igreja, mantendo a responsabilidade pela transmissão legítima do patrimônio. Por representar o sexo ilegítimo e sem descendência, a prostituição não goza de muito capital simbólico nos diversos campos sociais, tornando-se recriminada pelas instituições.

No Brasil, um indício do pouco capital social da prostituta é ausência de leis específicas que regulamentem a profissão, apesar da recente inclusão da categoria como atividade profissional na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), do Ministério do Trabalho, em 2002. Datado de 1940, o artigo penal brasileiro criminaliza, em tese, apenas o explorador sexual e não a prostituta.

Dentro dessa perspectiva, qualquer tipo de organização de prostitutas é automaticamente enquadrado no código penal, coibindo a criação de cooperativas e inviabilizando reivindicações por melhores condições de trabalho. Sem leis que a amparem profissionalmente e com pouca possibilidade de representação social, a prostituta torna-se vulnerável a exploração por parte do empregador:

O que acaba com uma prostituta, o que tira sua dignidade e sua saúde não é (...) fazer sexo profissionalmente. O que acaba com ela é a falta de condições de trabalho: não tem água para se lavar, o quarto não tem condições de higiene, tem percevejo andando pelas paredes (...). Não há regra para nada, nenhuma legislação que a ampare. Aposentadoria, nem pensar. A gente cansa de ver prostitutas que, depois de trabalharem a vida inteira, acabam como mendigas na rua porque a "vida útil" delas terminou (LEITE, 1992, p.171).

É a partir da sua posição pouco privilegiada no espaço social e da sua escassa representatividade nos campos jurídicos, econômicos e legislativos que a prostituta também pode ser enquadrada como uma minoria. Além da vulnerabilidade jurídico-social e da falta de representatividade nas instâncias de decisões do Estado, as profissionais do sexo ainda se enquadram em outras duas características que definem os grupos minorizados segundo Sodré (2002): possuem uma identidade em eterno recomeço e encontram-se em constante luta hegemônica. No caso específico das prostitutas, a luta travada é contra um modelo de sexualidade padrão voltado para a regulação da vida.

Por sua vez, a legislação brasileira não vai apenas refletir a posição desprivilegiada da prostituta no campo social como também vai colaborar para a manutenção da mesma. Bourdieu (1999) atribuiu um “poder simbólico” aos sistemas sociais que possuem a capacidade de impor ou legitimar uma determinada visão da realidade social. A esses sistemas, entendidos como representantes da palavra oficial, pública e autorizada correspondem o direito, a mídia, a língua, entre outros.

É devido a sua competência em se fazer reconhecer universalmente que os sistemas simbólicos tendem a estabelecer uma ordem gnosiológica, atribuindo sentido ao mundo

social. Assim, pode-se atribuir a esses sistemas não somente características estruturadas, já que eles fazem referência a uma ordem social previamente estabelecida, quanto um potencial estruturante, por influenciarem na construção dessa realidade.

Quanto ao seu potencial estruturante, o poder simbólico carrega consigo um “poder de nomeação”, que atribui capacitações aos agentes e consagra o que eles “são”, oficializando condutas. Ao enquadrar como crime as relações profissionais do campo da prostituição, o veredicto do direito também criminaliza simbolicamente a prostituta. Assim, a criminalização das relações profissionais da prostituição pela lei não reflete somente o pouco capital social, econômico, simbólico e político atribuído à prostituta devido ao seu estigma: ela também consagra a carência de capitais da profissional do sexo, oficializando seu baixo *status* social.

O pouco capital social detido pela prostituta influencia no modo como a mesma se relaciona subjetivamente com a sua profissão. A incorporação da marginalidade que ronda simbolicamente o *habitus* da profissão contribui para que ela evite a manifestação da sua identidade profissional nas outras áreas da sua vida. Como ilustra Goffman (1975), é como se o marginalizado “interiorizasse sua deficiência” e “vestisse uma capa defensiva”.

Por ser prostituição oficialmente nomeada pelo direito como um espaço social de descrédito e pouco cotado simbolicamente, a prostituta traçará limites simbólicos para que o estigma da sua identidade profissional não “contamine” suas demais identidades, preservando seu capital nos demais campos. Para isso, serão utilizadas estratégias para demarcar simbolicamente o campo da prostituição dos demais espaços sociais e a profissão de prostitutas dos outros papéis exercidos socialmente (ou, em outras palavras, os limites entre a marginalidade e a normalidade).

A essas estratégias correspondem os artifícios performáticos que visem a salvaguardar sua identidade pessoal dentro do campo da prostituição, por meio do uso de codinomes, e o controle da informação social do estigma, conquistado através da troca de vestimenta. A divisão simbólica entre as identidades também é demarcada no espaço físico pelas mulheres que trabalham na zona, em uma dicotomia entre dentro e fora. Como exemplifica Moraes A. (1995), era comum para as prostitutas do “Mangue” atribuírem-se uma identidade quando no interior da zona e outra distinta ao atravessarem os muros do local de trabalho.

Todas essas demarcações simbólicas em relação à identidade social da prostituta estimulam a sua restrição a um espaço social apropriado, sob o risco do estigma se alastrar para outras áreas da sua vida. Como resultado, a profissional do sexo passa a conceber

subjetivamente o campo da prostituição como instância desprendida dos outros campos sociais e a sua identidade de prostituta como um papel recluso ao espaço da prostituição.

Entretanto, a compreensão gradual por parte do estigmatizado que o motivo da sua exclusão é devido apenas a uma parte de sua vida social, pode fazê-lo sentir que está acima do encobrimento, culminando na revelação voluntária do estigma. Na carreira moral do estigmatizado, o fim do encobrimento do estigma é considerado a última fase, manifestado em um discurso que implica simultaneamente a confissão da sua diferença e afirmação da sua normalidade (GOFFMAN, 1982).

O fim do encobrimento do estigma tem como efeito uma maior exposição do estigmatizado nas outras esferas sociais, acarretando em outros tipos de interação social e a assimilação de novas disposições no seu *habitus*. Dentro desse contexto, é possível afirmar que o não-encobrimento do estigma por parte do estigmatizado combate, em longo prazo, a marginalidade presente nas suas disposições mentais e no seu modo de vida.

Para as prostitutas brasileiras, o processo de aprendizagem do não-encobrimento do estigma teve início a partir da militância de Gabriela Leite - a primeira personalidade a assumir publicamente a sua condição de profissional do sexo - e da fundação do movimento brasileiro de prostitutas. Ambos os acontecimentos modificaram a relação estabelecida pelas profissionais do sexo com a marginalidade que envolve a sua profissão.

3.6. O movimento de prostitutas do Brasil

Antes de falar sobre a fundação do movimento de prostitutas do Brasil e seu impacto nas representações sociais da prostituta, é importante resgatar o contexto sócio-histórico no qual ele se desenvolveu. Longe de ser um acontecimento isolado, a organização das prostitutas foi influenciada pela inserção do gênero enquanto categoria analítica nas ciências sociais e pelo advento do feminismo.

As pesquisas de gênero iniciaram-se juntamente com os Estudos Feministas das décadas de 60 e 70, motivadas principalmente pelas mudanças das figurações da mulher nos quadros das sociedades ocidentais. Ao afirmar a impossibilidade de abstrair o papel da Cultura nas relações de poder e nas estratégias de mudança social, os Estudos Feministas influenciaram

outras correntes teóricas a repensar a idéia de resistência na esfera sociocultural. Ainda na década de 70, a erupção do feminismo aportou no Center of Contemporary Cultural Studies (CCCS), alterando de forma significativa a agenda dos Estudos Culturais Britânicos em cinco aspectos:

"a abertura para o entendimento do âmbito pessoal como político (...); a expansão da noção de poder, que, apesar de bastante desenvolvida, tinha sido apenas trabalhada no espaço da esfera pública; a centralidade das questões de gênero e sexualidade para a compreensão da própria categoria 'poder'; a inclusão de questões em torno do subjetivo e do sujeito e, por último, a 'reabertura' da fronteira entre teoria social e teoria do inconsciente - psicanálise" (ESCOSTEGUY, p.8, 2001).

No mesmo período, era possível notar uma grande fomentação de pesquisas acerca da mulher em outros campos e conhecimentos, principalmente na História e na Antropologia. Essas novas abordagens abriram portas para que o estigma de outros grupos minorizados fossem repensados no interior das Ciências Humanas. Em um processo que Burmester (2004) denominou contra-história, mulheres, gays, negros, prostitutas, entre outros, passaram a questionar o papel dos chamados sujeitos históricos universais, definidos por Silva J. (2004, p.4) como "burgueses, colonialistas, brancos, machos e cristãos, os arquitetos da modernidade, que não mais fizeram que retificar suas próprias experiências". Como resultado, esses grupos sociais iniciaram um processo de mobilização para promover seus discursos através de registros, pesquisas e, principalmente, ações de visibilidade social.

Entre os avanços isolados da teoria feminista, destaca-se ainda a desnaturalização das identidades sexuais. Os estudos de gênero rejeitaram o determinismo biológico presente nos opostos binários que caracterizam a sexualidade ocidental (homem/mulher, homossexual/heterossexual) para reivindicar a interdependência dos sexos na compreensão de ambos. Ao questionarem esse determinismo, promoveram uma ruptura com as ordens culturais responsáveis por modelar o que é "ser homem" e "ser mulher" a partir das diferenças biológicas dos sexos.

No final dos anos 70, o surgimento dos movimentos organizados de homossexuais e negros finalmente estabeleceu as primeiras pontes entre as teóricas sociológicas das relações de gênero e ações práticas de intervenção nas suas respectivas comunidades. No Brasil esse processo será ainda influenciado pelo final da ditadura militar (1964-1984) e da gradual abertura política. Em meio a um contexto de profundas transformações no entendimento das relações de raça, sexo e sexualidade, a figura da prostituta e sua localização na estrutura social

passaram a ser debatidas amplamente em diversos setores da sociedade, culminando, na fundação do movimento de prostitutas brasileiras.

No Brasil, a história da fundação do movimento de prostitutas confunde-se com a trajetória de militância de Gabriela Leite. Filha de uma dona de casa com um *cupriê* de uma tradicional família de classe média paulistana, Leite abandonou voluntariamente o curso de sociologia na Universidade Estadual de São Paulo (USP) e um emprego como secretária em uma multinacional para dedicar-se a prostituição, nos idos da década de 70.

Trabalhando nos prédios de baixo-meretrício do centro de São Paulo, a prostituta teve seu primeiro contato com a militância social ao organizar, em 13 de junho de 1980, uma manifestação contra as ações de violência do então delegado da Seccional do Centro de São Paulo, José Wilson Richetti. O ato contou com a mobilização de prostitutas, travestis, negros e homossexuais da chamada “Boca do Lixo” paulistana, tendo ainda o apoio da classe de atores da cidade. Porém, a organização das prostitutas em torno de uma causa comum dissipou-se com o término dos atos de repressão policial.

Após uma temporada em Belo Horizonte (MG), Leite mudou-se para o Rio de Janeiro (RJ), onde passou a trabalhar na tradicional zona do Mangue. No passado, mais precisamente no ano de 1955, o Mangue havia sido palco de uma experiência peculiar denominada “República do Mangue”. Na ocasião, uma ação policial voltada para coibir a cafetinagem expulsou as donas de estabelecimento e entregou a gerência do local para uma comissão de prostitutas, votada pelas próprias. Apesar da experiência não representar propriamente um marco na história do movimento, uma vez que teve sua gênese em uma ação externa e de cunho repressivo, tal fato foi significativo para a trajetória das prostitutas do local.

Em julho de 1983, Gabriela foi convidada para representar as prostitutas da região do bairro do Estácio no I Encontro de Mulheres de Favela e Periferia, evento organizado pela então vereadora Benedita da Silva (PT) no Rio de Janeiro (RJ). Atribui-se a esse pronunciamento público o marco da fundação do movimento de prostitutas brasileiro.

Após o I Encontro de Mulheres de Favela e Periferia do Rio de Janeiro, Leite associou-se momentaneamente aos organismos de defesas das prostitutas da Igreja Católica: as pastorais sociais. Adeptas do pensamento abolicionista, as pastorais entendem a prostituição como fruto da desigualdade social e da má distribuição de renda, desconsiderando outros fatores, como vontade individual ou fetiches. Por meio de ações direcionadas, as pastorais

visam criar condições favoráveis para que as mulheres não precisassem se prostituir para manter o seu sustento.

Por incompatibilidade ideológica quanto às causas da prostituição e à postura da prostituta na sociedade, Gabriela Leite abandonou a parceria com a Igreja Católica no final dos anos 80. Sobre o rompimento com as pastorais sociais, a militante (1992, p.93) argumentou: “passei um tempo defendendo com entusiasmo as idéias da Teologia da Libertação, falando da sociedade ideal, sem exploração, sem opressão e... sem prostitutas! Ou seja, negando a mim mesma”. Metodologicamente, porém, o movimento de prostitutas foi influenciado pelas práticas das pastorais de se organizarem em grupos e de promover encontros para debater a realidade para planejar a superação das adversidades (GUIMARÃES, F. 2008).

O reconhecimento de Gabriela Leite no campo da prostituição e sua consagração institucional colaboraram para que a sua opinião ganhasse legitimidade nos meios de comunicação de massa, tornando-a fonte oficial das reportagens sobre a prostituição. Suas denúncias – principalmente em relação aos abusos policiais – passaram a ser projetadas para os demais espaços sociais.

Como corrobora Bourdieu (2002), a manifestação pública de um determinado ator tanto em eventos políticos como por meio da mídia é um ato de legitimação deste que se encontra manifesto, uma vez que no processo de manifestação ocorre o convertimento de seu capital político ou social em capital simbólico. Assim, o capital simbólico conquistado por Leite por meio de sua militância pública passou a ser reconhecido tanto no campo da prostituição como nos outros espaços sociais, fazendo com que o papel de liderança exercido pela prostituta ganhasse reconhecimento em outros espaços.

O poder simbólico presente na manifestação da prostituta nos eventos políticos também atuou como um “poder de nomeação”, atribuindo capacitações, oficializando sua conduta de líder e promovendo à existência o grupo de prostitutas: ao serem personificadas simbolicamente na figura de Leite, as prostitutas saíram do estado de indivíduos isolados, tornando-se materialmente manifestas. Em contrapartida, a militante também recebeu o direito de se assumir pelo grupo, permitindo-se falar e agir como se fosse o grupo materializado em sujeito.

Legitimada como representante do grupo de prostitutas e com a visibilidade que tal posto proporcionou, Leite forneceu às demais profissionais do sexo outro modelo de relação

com o estigma da prostituição. Na postura exercida pela líder das profissionais do sexo, o estigma deixa de ser encarado como um fator determinante para que a prostituta deixe de assumir sua identidade profissional nos outros campos que não o da prostituição.

Com o apoio de outros segmentos da sociedade, tais como políticos e artistas, Gabriela Leite viabilizou o I Encontro Nacional de Prostitutas, ocorrido no Rio de Janeiro (RJ), em 1987. Por conseguir reunir lideranças de outras regiões do país, o evento representou a primeira vitória efetiva das prostitutas na estruturação do movimento, culminando na fundação da Rede Brasileira de Prostitutas (RBP) e, futuramente, na organização não-governamental “Davida” (1992).

Entre as pautas discutidas nas plenárias, destacavam-se temas como violência policial, melhores condições de trabalho, prevenção e o acesso a tratamento de doenças sexualmente transmissíveis. O levantamento de questões sobre o dia a dia profissional das meretrizes fez ganhar quórum o discurso da prostituição a partir do viés trabalhista, ou seja, que reivindica a formalização dos relacionamentos estabelecidos entre cafetina, prostituta e clientela no interior do campo da prostituição.

O discurso de legalização da prostituição é potencialmente capaz de influenciar as representações sociais da meretriz à medida que defende a descriminalização da prática no campo social, fato que também é responsável pelo pouco capital simbólico da prostituta e pela posição desprivilegiada do campo da prostituição na sociedade. Dessa forma, seu conteúdo pode atuar contra a marginalidade presente no *habitus* profissional da prostituta e contra a tendência em dissociar a prática de um contexto social global, proporcionando às mulheres que vivem do meretrício uma nova representação da profissão a ser incorporada e exercida: o da prostituta simbolicamente integrada.

Conforme será visto no próximo capítulo, o uso das mídias pelo movimento de prostitutas colaborou para que essa representação social da prostituta integrada ganhasse espaço no interior do seu campo (por meio da criação de veículos próprios) e ajudou a divulgar para outros espaços sociais essa identidade reivindicada pelo movimento.

4. O USO DAS MÍDIAS PELO MOVIMENTO DE PROSTITUTAS DO BRASIL

*“Chegou a hora da prostituta cidadã”,
Gabriela Leite*

Como abordado anteriormente, a possibilidade para os grupos minorizados de se tornarem visíveis na sociedade também está vinculada a difusão e administração das suas representações sociais na mídia. Segundo Martino (2003), essa afirmação de existência pode ser realizada de pelo menos duas formas: por meio da divulgando em veículos próprios daquilo que o autor chama de “bens simbólicos” do respectivo grupo ou fazendo com que a grande imprensa passe a se interessar por seus assuntos.

O uso das mídias pelo movimento de prostitutas atendeu ambas as prerrogativas ao longo da sua recente história. Primeiramente, fez-se uso da mídia institucional para organizar o grupo em torno de uma identidade enquanto categoria, fato que corresponde à criação do jornal (e posteriormente do site) “Beijo da Rua”.

Em um segundo momento, a classe de profissionais do sexo, representada pela ONG “Davida”, especializou-se na produção de eventos com grande potencial noticiável. Como corrobora Ferreira (2006), os eventos produzidos conforme as mesmas regras de apreciação da grande mídia têm por finalidade transformar capitais econômicos, culturais, políticos e institucionais em capitais midiáticos, possibilitando aos grupos minorizados conquistar legitimidade social a partir do reconhecimento da imprensa, que é bem cotada simbolicamente. No caso do movimento de prostitutas, a esses eventos midiáticos correspondem a grife “Daspu” (2005) e a personagem “Bebel”, vivida pela atriz Camila Pitanga na telenovela “Paraíso Tropical” (Rede Globo, 2007) e que contou com a supervisão do movimento de prostitutas.

Longe de ser ações arbitrárias, cada um desses dispositivos midiáticos foi criado dentro de um contexto histórico e social particular, refletindo de forma singular na representação social da prostituta e na organização do grupo de profissionais do sexo enquanto movimento social. Por esse motivo, o objetivo desse capítulo é analisar a evolução do movimento de prostitutas a partir da utilização dos seus produtos midiáticos. Em comum, todas essas formas de apropriação de veículos midiáticos pelo grupo de prostitutas representam um novo estágio da relação meretriz-mídia. É de conhecimento geral que desde a sua criação a mídia utiliza-se da prostituta como fonte ou como personagem de suas pautas. Nesta fase atual, assistimos

também a prostituta fazendo uso da lógica de funcionamento dos meios de comunicação de massa a partir de interesses particulares do seu grupo.

O uso de um ativismo político construído a partir da lógica midiática também colabora para que o movimento de prostitutas seja enquadrado na categoria de minoria flutuante (PAIVA, 2005). Segundo a autora, classificam-se como flutuantes os grupos minorizados que dominam a linguagem dos dispositivos midiáticos e adotam uma postura de afirmação que é estética. Tais atributos estão presentes nas ações políticas da classe de profissionais do sexo: se por um lado a importância atual da mídia nas relações sociais fez com que essa ditasse a agenda do movimento de prostitutas, as meretrizes também passaram a acumular conhecimentos quanto à lógica de noticiabilidade dos meios de comunicação de massa e sobre os mecanismos de acesso à primeira página dos jornais e sites. Dessa forma, é possível sugerir uma dupla dinâmica na produção da notícia: tanto a mídia pode influenciar as ações dos grupos minorizados como esses também podem pautar as reportagens da mídia.

Por fim, a divulgação de representações da prostituta “produzidas” pela ONG “Davida” serviu como um contraponto às demais representações da meretriz que circulavam na mídia, que é genuinamente um espaço de vozes polifônicas e de representações antagônicas do mesmo objeto. Em um levantamento superficial feito nos portais virtuais que compõem o corpus deste trabalho (Terra, UOL e iG) durante o período de 2006 a 2010, a figura da prostituta brasileira também apareceu representada de forma marginalizada, em matérias vinculadas ao tráfico de mulheres⁶, prostituição infantil⁷, corrupção política⁸, entre outros.

4.1. O jornal “Beijo da Rua”

Em 1987, as prostitutas conquistaram uma grande vitória com relação à estruturação do movimento através da realização do I Encontro Nacional de Prostitutas, no Rio de Janeiro (RJ). O evento, que proporcionou um inédito encontro de lideranças e profissionais do sexo de todo país, contava agora com o desafio de mobilizar todo grupo de prostitutas em torno de

⁶ “Prostituta que denunciou tráfico é assassinada” (UOL, 03/07/2009).

⁷ “Preso casal acusado de explorar prostituição infantil em SP” (Terra, 19/03/2009).

⁸ Entenda o “caseirogate” e a cronologia dos fatos que derrubaram Palocci (Folha Online 27/08/2009)

uma agenda comum. Entre as propostas de ação que deveriam ser retomadas, destacavam-se a luta por uma maior visibilidade do movimento na sociedade e a regulamentação da profissão. Esta última, porém, não era consenso entre as mulheres que exerciam a atividade devido à própria marginalização incorporada no *habitus* da profissão. A socióloga Aparecida Fonseca Moraes relembra que o assunto polarizava as opiniões das prostitutas que discursavam nas plenárias do Encontro:

De um lado, algumas, com características mais militantes, que defendiam o reconhecimento da profissão com garantias de direitos sem entrar numa discussão sobre a forma. Ou seja, ter ou não ter uma carteira de trabalho assinada como “prostituta” não era o mais relevante naquele momento (...). Por outro lado, um grupo significativo de mulheres só concebia os direitos e as garantias no trabalho se a atividade na prostituição estivesse encoberta por outras ocupações. Pensavam numa forma de terem reconhecidos os seus direitos previdenciários, “como qualquer trabalhador” [...] contanto que não fosse enunciada a identidade de prostituta. Por fim, esta foi mesmo assumida por elas como uma discussão inconclusa, que ficaria *em aberto*, para ser amadurecida nas diversas localidades ao longo do tempo [...] [grifo da autora] (MORAES, 1995, p.206).

Com o impasse acerca da regulamentação da ocupação de prostituta, criou-se, assim, a necessidade de estreitar os canais de comunicação entre as profissionais de diferentes regiões e classes sociais, bem como desmistificar a prostituição como lugar de vitimização. Em outras palavras, era necessário reduzir as tensões provocadas pela natural heterogeneidade dos membros presentes no interior do movimento, agrupando-os em uma identidade enquanto categoria.

É nesse contexto que foi lançado, em dezembro de 1988, o jornal institucional “Beijo da Rua”, idealizado pela militante Gabriela Leite e pelo jornalista Flávio Lenz, responsável pela publicação. A versão impressa do “Beijo da Rua” nasceu em formato tablóide, com aproximadamente 12 páginas coloridas e tiragem de sete mil exemplares. A periodicidade do jornal era mensal e sua circulação abrangeu 17 dos 26 estados brasileiros.

Por meio do uso do capital simbólico da mídia, o periódico trazia as prostitutas “à existência enquanto grupo (...) impondo-lhe princípios de visão e divisão comum, portanto, uma visão única de sua identidade e uma visão idêntica de sua unidade” (BOURDIEU, 2002, p.117). O impacto da manifestação dessa nova organização social dentro do campo da prostituição já pode ser percebido logo no lançamento da primeira edição do periódico, como relata Leite:

O primeiro número do Beijo da Rua fez o maior sucesso e nós publicamos nele um poema de Carlos Drummond de Andrade chamado “A puta”. Eu estava lá numa tremenda festa, bebendo cerveja e, de repente, aparece uma prostituta com uma faca na mão, bravíssima, dizendo: Eu quero saber de quem é essa porcaria desse jornal que está me chamando de puta!” (...) Expliquei a ela que Carlos Drummond de Andrade era um grande poeta mineiro, que a palavra puta não era um xingamento. (...) Eu dizia a ela “Esse jornal é nosso!” E ela me respondia que não era puta. (...). Essa mulher deve ter sofrido muito por causa do nome “puta”, como todas nós, é claro. (LEITE, 2009, p.157).

Em vista do seu caráter de mídia institucional, tanto a produção quanto a distribuição do veículo foram baseadas numa metodologia participativa, de modo que eram as prostitutas as responsáveis por sugerir pautas, escrever matérias e distribuir os exemplares. Cada associação de prostitutas recebia lotes com 50 a 500 exemplares, de acordo com variáveis como capacidade de distribuição e organização interna. Dessa forma, atingia-se um público majoritariamente formado por prostitutas, clientes e comerciantes que trabalhavam em torno da prostituição.

Paralelamente, militantes de outros movimentos sociais de ordem sexual e gestores de educação, direitos humanos, política e cultura também passaram a receber exemplares, incorporando assim, estudantes, pesquisadores, gays e soropositivos ao quadro de leitores da publicação.

No ano de 1992, Lenz e Leite fundaram a ONG Davida e o “Beijo da Rua” passou a ser oficialmente publicação da entidade. Quanto à divisão do conteúdo do tablóide, até 2007 o jornal possui nas suas páginas internas o editorial “Papo Davida”, a matéria da capa, seção internacional, seção “Cartas da Rua”, colunas “No Ponto” (de notas rápidas) e “Da Gabi” (assinada por Gabriela Leite) e outras reportagens de menor relevância.

Na seleção das pautas a serem publicadas, priorizou-se reportagens que fizessem um contraponto às representações da prostituta tradicionalmente difundida pela grande mídia. Segundo Lenz e Pena (2006, arquivo digital), “a idéia original era ter um veículo de e para prostitutas, e que as mostrassem fora das páginas policiais, como sempre ocorria na década de 80”. Dessa forma, o “Beijo da Rua” passou a fazer uso da sua autoridade de mídia detentora de capital simbólico para não apenas produzir, mas também legitimar e legalizar uma representação de prostituta localizada no interior da sociedade, e não mais à margem desta.

Por meio de matérias que enfocavam temáticas relacionadas à sua atividade profissional – tais como movimento organizado, políticas públicas, direitos humanos, cidadania, combate à epidemia de AIDS, atendimento público de saúde e legislação – a prostituta passou a ser

retratada em outros campos da sociedade nos quais ela também se encontrava diretamente *inserida*. Como resultado, a auto-imagem de prostituta marginalizada sofreu modificações a partir dessa re-significação do seu papel social.

O conteúdo do discurso presente no “Beijo da Rua” também colaborou com essa redefinição da identidade social da prostituta. Sendo a prostituição uma ocupação que demanda mobilização das suas profissionais por melhorias nas condições do trabalho e mudanças legislativas que regulamentem sua prática, as matérias do tablóide possuíam forma e conteúdo similares às aquelas veiculadas pela imprensa sindical. Com manchetes como “Marcha para o centro-oeste” (LENZ, 2002) e “Plano contra AIDS une mulheres em torno de Lula: prostitutas, feministas, lésbicas, soropositivas e negras se aliam contra a epidemia” (LENZ, 2007), as reportagens do veículo das prostitutas não mascaravam sua parcialidade e contraposição, sendo essas, inclusive, os pilares que fundamentam a sua existência.

Fazendo uma aproximação do conteúdo do “Beijo da Rua” com as análises de Fíguro (1993) sobre as formas e os usos do discurso da imprensa sindical, é possível apontar semelhanças entre esses dois tipos de mídia institucional. Em linhas gerais, ambas são destinadas a um público específico (os trabalhadores de uma categoria) e têm como o objetivo transformar a notícia não apenas em um meio de difusão de bens simbólicos, mas também em uma proposta efetiva de ação, cabendo ao leitor a decisão de aceitar exercê-la ou não.

A forma participativa como o “Beijo da Rua” trata a prostituta se contrapõe ao modo como a grande mídia costuma dirigir-se ao seu público. Enquanto a imprensa institucional e de caráter sindical focaliza os interesses da categoria e da instituição que representa, boa parte dos meios de comunicação de massa (não-segmentados) dirige-se à sociedade em sua totalidade, materializada em um leitor “sem rosto”. Sendo assim, ambas falam de locais sociais diferentes, refletindo de modo igualmente díspar no tratamento dado ao leitor, que será previamente concebido como leitor-consumidor pela grande mídia e como leitor-agente pela mídia institucional.

Essa diferença significativa no diálogo com o seu público-leitor é sintetizada por Lenz e Pena (2006, arquivo digital) na definição da missão do “Beijo da Rua”: a de garantir “o protagonismo das mulheres da vida”. Dito de outro modo, o jornal não apenas retrata a prostituta como personagem dos campos político, social e econômico, mas sugere que essa também possa modificar os mesmos por meio de suas ações. Cria-se, assim, uma relação de três vias: a prostituta é simultaneamente leitora, agente da sua realidade e notícia.

Merecem ainda destaque as semelhanças entre os processos de alteridade identificados por Fígaro (1993) na imprensa sindical e aqueles presentes nas reportagens do “Beijo da Rua”. Segundo a pesquisadora, a mídia sindicalista não apresenta um discurso classista, termo que sugere uma divisão social entre burguesia e proletariado ou de classe contra classe. Na sua essência, o discurso sindical reflete as visões divergentes e heterogêneas existentes no interior da sociedade. Como os campos sociais, apesar de autônomos, estão em constante interação, a presença do “outro” no conteúdo do tablóide está relacionada aos temas que circulam na sociedade e que são de interesse não somente do campo da prostituição, mas dos demais grupos sociais.

A construção da representação social da prostituta pelo jornal das profissionais do sexo também faz uso de artifícios de memória, sendo essa última entendida como representação e construção simbólica de um fato ocorrido no passado (LOPES, 2004). Os artifícios de memória são híbridos, possuindo estrutura de ordem material e simbólica. Um exemplo significativo é notado na reportagem de capa da edição de novembro de 2002 do tablóide:

A homenagem a Jorge Amado puxada por Gabriela Silva Leite, da Rede Brasileira de Profissionais do Sexo, emocionou Paloma Amado, que transbordou o sentimento para todos. ‘Nunca recebi uma homenagem a meu pai tão linda, tão sincera e tão amorosa’, disse Paloma ao receber de Gabriela um surrado exemplar do livro *Tocaia Grande*, lido e relido por muitas mulheres da vida e assinado pelos participantes do encontro. A filha do escritor das putas e vagabundos, como o próprio confirmava, voltou com o irmão João Jorge ao encerramento, de surpresa, para retribuir a homenagem sincera das prostitutas. Fotos de Zélia e Jorge com o crachá do evento, distribuídas aos chorões do auditório, tornaram completo o símbolo de *uma aliança que sempre existiu, mas demorou a ser celebrada* [grifo meu] (LENZ, 2002, s/p).

A partir de um fato material – a presença de personagens prostitutas na obra de Jorge Amado – a história da prostituta é recontada pela mídia, sendo simbolicamente reconstruída. Como complementa Lopes (2004), artifícios de memórias são representações mentais compartilhadas entre mídia e público. Nesse caso específico, o artifício exige um conhecimento prévio do leitor quanto à literatura do autor baiano para que esse olhar sobre o passado do jornal seja validado. Sendo assim, cabe ao receptor a função de legitimar, ou não, o artifício de memória.

Ao resgatar as personagens prostitutas na obra de Amado, a função objetiva do artifício de memória utilizado pelo “Beijo da Rua” é afirmar a inserção da profissional do sexo em outros campos da sociedade por meio de uma construção histórica. Dessa forma, o jornal traz à luz essa aliança que “sempre existiu” e que “demorou a ser celebrada”.

Para ilustrar essa inserção da prostituta na sociedade, tanto o jornal quanto o próprio movimento de prostitutas utilizam-se do campo da literatura e do capital que Amado e Gattai possuem no mesmo. Como nenhum dos campos reconhece como válidas as regras do outro, a troca entre o campo literário e o da prostituição ocorre numa dimensão simbólica, fazendo emergir uma relação de poder situada em vários níveis de interação.

Ao final desse processo, o capital simbólico de Jorge Amado e Zélia Gattai passa a ser reconhecido no interior do campo da prostituição, legitimando historicamente a inserção social da prostituta e influenciando na forma como essa se vê e é vista pela sociedade. Em outras palavras, o uso do capital simbólico dos escritores pelo “Beijo da Rua” faz oposição direta à marginalidade recorrente no *habitus* da prostituta ⁹e influencia concretamente a definição da identidade social dessa profissional.

Diferente das antigas estratégias dos campos jurídicos e midiáticos que se limitavam, até então, ao reconhecimento da representação de prostituta excluída e vitimizada, o “Beijo da Rua” esforçou-se ao longo dos anos para defender a autonomia da profissional do sexo em definir sua própria representação e a do mundo social do qual habita.

Mesmo não possuindo a abrangência social característica de um veículo de massa, cuja importância se faz cada vez mais constante em um momento em que a aproximação entre os campos sociais ocorre mediada pelo mesmo, o “Beijo da Rua” pode ser considerado um relevante meio de acesso à cidadania ao possibilitar a redefinição do papel social da prostituta no interior do seu próprio campo.

Por meio do seu conteúdo, o tablóide revela a passagem da auto-imagem da prostituta excluída para uma representação da prostituta inserida na sociedade através do seu trabalho, mudança que será de extrema importância para a trajetória do movimento das profissionais do sexo e irá pautar, futuramente, o uso de novas mídias por parte do grupo. O eco dessa nova posição social da prostituta, constituída com o suporte midiático do tablóide, poderá ser identificado nas atuais representações veiculadas nas futuras ações de visibilidade do movimento. Tal fato nos leva a concluir que se fez necessária uma reorganização interna do grupo de prostitutas quanto a sua identidade antes do mesmo procurar viabilizar novas representações da profissional do sexo nos meios de comunicação de massa (e, conseqüentemente, nos outros campos da sociedade).

⁹ Sobre a marginalidade no *habitus* da prostituta, ver página 57.

Se uma representação de prostituta integrada à sociedade já era vista anteriormente no movimento de prostitutas carioca, tendo nascida nas lutas pela regulamentação do Mangue e sendo previamente apresentada e discutida durante I Encontro Nacional de Prostitutas, o tablóide teve a função de projetá-la para além das fronteiras do Rio de Janeiro, tornando-a acessível às demais profissionais do sexo brasileiras, sendo essas militantes ou não. Esse processo de quebra de barreiras geográficas será ainda ampliado com a criação do site do “Beijo da Rua”, em 2004.

4.2. O site “Beijo da Rua”

Em dezembro de 2004, a ONG “Davida” deu seu primeiro passo rumo a cibermilitância no Brasil com a inauguração da versão online do tablóide “Beijo da Rua”. Assim como ocorreu na criação do jornal impresso, o site nasceu influenciado por dois contextos sociais específicos: a decadência das antigas zonas boemias de prostituição nos grandes centros urbanos e o advento da Internet como ferramenta de socialização e militância.

A partir da segunda metade dos anos 70, significativas transformações atingiram o campo da prostituição, alterando a forma como os contratos entre clientes e profissionais eram estabelecidos até então. O primeiro indício de mudança foi a institucionalização dos motéis, até então chamados de hotéis de alta rotatividade. Tais estabelecimentos podem ser considerados reflexos da liberação de costumes, representada por meio da gradual perda de importância da virgindade e pela regulamentação do divórcio e reconhecimento legal de novos casamentos. Nesses locais, casais não comprometidos matrimonialmente podiam buscar refúgio momentâneo sem constrangimentos.

Armando Pereira, quando então delegado de costumes da delegacia do Mangue, no Rio de Janeiro (RJ), antecipou no livro “Prostituição: uma visão global” (1976) a influência dos motéis no panorama da prostituição contemporânea. Segundo o autor, era perceptível “uma tendência no mundo moderno para acabar com o ‘colégio’, com o conventilho, com o *rendez-vous*” (PEREIRA, 1976, p.49) e de substituí-los pelos hotéis de alta rotatividade. Enquanto os dois primeiros eram demasiadamente onerosos e constantemente alvos de ações de repressão policial, uma vez que o código penal brasileiro criminaliza a exploração sexual; a prostituição de rua representava riscos para a segurança da prostituta e sua sujeição à proteção física do

cafetão. Em contrapartida, os hotéis de alta rotatividade não poderiam ser enquadrados como facilitadores da prostituição, uma vez que eram estabelecimentos comerciais sem vínculos, pelo menos a priori, com a prostituta.

Dentro desse contexto, a institucionalização dos motéis demarcou o surgimento de uma prostituição *independente*. Assim, as antigas zonas boemias brasileiras – concebidas como locais confinados divididos em casas gerenciadas por cafetinas – passaram a perder importância dentro do campo da prostituição, na mesma medida em que outras modalidades do sexo pago passaram a se consolidar.

A cafetina Eni Cezarino, famosa por abrigar políticos e artistas durante três décadas em seu bordel em Bauru (SP), atribuiu à concorrência instaurada pela proliferação dos hotéis de alta rotatividade o fechamento do seu estabelecimento, em 1983. Através de uma célebre frase atribuída a ela, Eni teria afirmado: “Está na hora de fechar as portas, nunca vi profissional perder para amador [...]” (MELLO, 2002, p.260).

O declínio da prostituição organizada, entretanto, não resultou no término do sexo pago, mas sim no surgimento e ascensão de outras modalidades de prostituição. Quanto aos novos segmentos da prostituição independente que surgiram, merecem destaque as *call-girls*, mulheres que anunciavam seus serviços nos classificados dos jornais e gerenciavam os clientes via telefone. Segundo relatos de Pereira (1976), essa nova modalidade teve início no Brasil paralelamente à proliferação dos motéis. Como benefício, essa prática dispensa a figura do agenciador na mediação entre profissional do sexo e cliente, tornando a prostituta a única responsável pela administração de sua clientela e pelo controle dos seus ganhos. Na década de 90, o avanço da tecnologia de telefonia e o advento de aparelhos portáteis, tais como celular e o bip, tornou a prostituição mediada por telefone ainda mais individualizada e privativa.

Gaspar (1985) apontou ainda outras formas de prostituição independentes nas boates e saunas cariocas durante os primeiros anos da década de 80. Por sua vez, a prostituição de rua também se redefiniu sem a presença do gigolô, anteriormente responsável por controlar os ganhos da prostituta e explorar seu trabalho. Se no auge das zonas boemias era praticamente impossível conceber uma prostituta sem cafetão, atualmente a presença do mesmo é considerada pouco expressiva ou, nas palavras de Leite (2009, p.67), “quase peça de museu”.

Se a prostituição independente representou uma parcial conquista de liberdade de trabalho para a prostituta, a mesma fez dela uma profissional em gradual processo de *desterritorialização*, o qual irá atingir seu ápice nos anos 2000. Essa quebra de vínculos com o

espaço físico constituirá um desafio para o movimento de prostitutas na tentativa de atingir seus pares.

Uma vez que o processo de distribuição do tablóide “Beijo da Rua” era calcado em uma logística geográfica, abrangendo principalmente espaços físicos nos quais as prostitutas faziam “ponto”, as profissionais que não circulavam por esses espaços deixavam de ser, conseqüentemente, atingidas pelo raio de abrangência da publicação. Em outras palavras, a própria configuração do “Beijo da Rua” enquanto mídia impressa e, portanto, circunscrita pelo número de exemplares e por sua logística de distribuição, apresentou-se como limitante para os objetivos do movimento de prostitutas. Nesse contexto, o advento da Internet representou para o grupo de profissionais do sexo uma forma eficiente de romper com as limitações da versão impressa do tablóide.

Reflexo do processo de globalização, a Internet deve ser entendida não apenas como evolução tecnológica, mas também como “um meio de comunicação, de interação e organização social” (CASTELLS, 1999, p.255). Por meio de uma tecnologia que permite a interligação de sujeitos dispersos geograficamente, ela reduziu o isolamento simbólico do movimento de prostitutas e possibilitou novas formas de interação.

Tendo como premissa que as identidades são construídas a partir das relações travadas entre sujeitos e instituições, as novas interações mediadas pela Internet permitiram que identidades anteriormente reclusas pudessem finalmente se manifestar (HALL, 2006). O advento de formas alternativas de identificação foi relevante para que prostitutas autônomas e sem vínculos territoriais compartilhassem princípios de visão e divisão social comuns à sua profissão. Dessa forma, o território deixa de ser o eixo central responsável por constituir a identidade de prostituta.

Por proporcionar uma revitalização do sentimento de pertença a laços comunitários, a Rede irá caracterizar-se como um espaço de especialização e segmentação, ou seja, de abordagens comunicacionais voltadas para diferentes nichos e segmentos. É nesse contexto de comunicação dirigida que prostitutas e outros movimentos sociais irão vislumbrar na Internet a possibilidade de expandir suas estratégias de militância, dando início a uma cibermilitância em sites de notícias particulares.

Entretanto, cabe aqui ressaltar que a utilização da web como ferramenta de luta por parte das prostitutas aconteceu tardiamente, se localizarmos a criação do site “Beijo da Rua” na história da webmilitância. Desde sua difusão em larga escala, durante a segunda metade

dos anos 90, a Rede posicionou-se como um meio de promoção de ações em prol da cidadania e um instrumento de trabalho para as Organizações Não-Governamentais (ONGs). Como aponta Moraes D. (2002, p.3), a utilização da Internet como ferramenta para o ativismo social ganhou uma maior preponderância a partir de junho de 1999, “quando a organização Attac promoveu, em Paris, um encontro internacional para debater alternativas de atuação para movimentos sociais em escala mundial”.

A transposição do “Beijo da Rua” para um suporte digital representou novos e imediatos ganhos para o movimento de prostitutas. Primeiramente, a divulgação de bens simbólicos via *site* proporcionou um barateamento no custo de produção das informações e uma abrangência de público ilimitada. Se anteriormente o tablóide possuía pouca permeabilidade nos outros campos que não o da prostituição, a mediação da Internet tornou acessível a outros espaços sociais uma representação da prostituta diferente daquela feita pelo senso comum, possibilitando novas formas de interação entre movimento de profissionais do sexo e os demais grupos sociais.

Por meio de matérias como “Perdemos a batalha, mas não a guerra” (LEITE, 2007b) e “Não somos mais Genis” (LEITE, 2007a) – na qual há uma clara alusão a personagem prostituta vitimizada da música “Geni e o Zepelim”, de Chico Buarque (1978) – o site “Beijo da Rua” priorizou a divulgação de representações da prostituta antagônicas as de mulher marginal ou de mulher fatal, recorrentes no imaginário coletivo. Assim como ocorreu na sua versão impressa do tablóide, a representação da prostituta retratada pelo *site* será a de uma mulher *trabalhadora*, que por sua vez encontra-se em plena atividade no interior dos campos político, social e legislativo.

Já nas reportagens auto-referenciais – cujos temas eram as demais atividades da ONG Davida, tais como os desfiles da “Daspu”, a personagem “Bebel” ou o grupo de canto “Mulheres seresteiras” – é possível observar outra faceta da prostituta: a de mulher alegre e boêmia, que faz igualmente um contraponto a prostituição como lugar de vitimização.

Outra singularidade do ciberespaço usufruída pelo movimento de prostitutas foi a velocidade de transmissão de informação, o que culminou na criação de uma sessão de plantão de notícias em tempo real. Por meio desta, prostitutas de todo o Brasil acompanharam, em 2007, a votação na Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania da Câmara dos Deputados, do projeto de lei 98/2003. De autoria do deputado federal Fernando Gabeira (PV-RJ), o PL visava formalizar as relações de trabalho na prostituição do Brasil.

Embora seja ingênuo atribuir à Internet a origem da produção de noticiais em tempo real, uma vez que a televisão e o rádio já faziam uso anteriormente da transmissão sincrônica de informação, é certo afirmar que a rede tornou esse artifício acessível para os demais movimentos virtuais. Será por meio da apropriação da produção de notícias em tempo real que militância online terá em mãos a inédita “capacidade de disponibilizar em qualquer espaço-tempo, variadas atividades, formas e expressões de vida” (MORAES D., 2000, p.142).

Esse fato nos leva a um terceiro ganho conquistado pela versão virtual do “Beijo da Rua”: a produção de notícias independentemente das políticas editoriais da grande mídia, responsáveis no passado recente por delimitar quais acontecimentos mereciam, ou não, serem cobertos em tempo real. Como consequência, o consumo da notícia torna-se direto e instantâneo: sem logística, sem barreiras territoriais e sem grades de programação. Mas ao contrário da grande mídia, sites noticiosos institucionais não têm o objetivo de atingir a milhões de acessos, mas sim divulgar bens simbólicos da categoria que representam, viabilizar intercâmbios e coordenar lutas de alcance simultaneamente global e local.

Por não ser o ciberespaço um local divorciado das lutas sociais concretas, o conteúdo do site “Beijo da Rua” irá focar assuntos referentes à vulnerabilidade jurídico-social da prostituta. Assim como ocorre na sua versão impressa, também podem ser identificadas no site similaridades com a imprensa sindical quanto à abordagem das matérias: mais do que divulgada, a notícia é sugerida para a leitora-prostituta como proposta de ação (FÍGARO, 1993). Dessa forma, é possível identificar nos primeiros anos do site quatro modalidades de notícias: auto-referenciais (LENZ, 2009), de denúncia contra agressões físicas (LEITE, 2007b), de protesto (LEITE, 2007a) e em prol da regulamentação da atividade (S/A, 2008).

O ciberespaço é utilizado ainda para promover campanhas de conscientização. Nesta última categoria, merece destaque a campanha sobre o uso de preservativos “Sem vergonha garota, você tem profissão”, da Coordenação Nacional de DST e AIDS, do Ministério da Saúde, lançada pelo governo federal em 2002.

A abordagem participativa do site -- na qual a prostituta é simultaneamente leitora, fato noticiado e agente da realidade -- é potencializada pela própria característica multi-interativa da notícia online, capaz de “fazer com que o leitor usuário sinta-se parte do processo” (MIELNICZUK e PALÁCIOS, 2001). Segundo os autores, a notícia online colabora para o sentimento de integração do leitor-usuário à medida que o envolve em uma série de processos

interativos, travados por meio das relações com o computador, com o autor da notícia e com os hipertextos presentes na publicação.

O processo interativo proporcionado pela hipertextualidade também ajudou a redefinir a relação da prostituta com a sua história. Ao contrário das mídias não-digitais, o armazenamento de informações é técnica e economicamente mais viável na Internet devido aos hipertextos, que são capazes de interligar conteúdos de temporalidades diferentes e fisicamente dispersos por meio de links. Tal recurso foi utilizado pela ONG “Davida” para arquivar e disponibilizar no site as antigas edições da versão impressa do “Beijo da Rua”, possibilitando simultaneamente o registro do conteúdo do tablóide para a posteridade e sua acessibilidade para um maior número de usuários.

O uso de hipertextos permitiu à prostituta tomar para si o direito de registrar a sua trajetória a partir do seu ponto de vista. Essa materialização da trajetória das prostitutas através de registro se enquadra no processo que Burmester (2002) denominou de “contra-história”, no qual os grupos minorizados irão afirmar-se enquanto sujeitos históricos.

Devido a essas duas características - a acessibilidade e capacidade de registro – a hipertextualidade também pode ser considerada uma eficiente ferramenta de poder simbólico. Por meio da acessibilidade, o uso de hipertextos possibilita o registro de uma história das profissionais do sexo contada por elas próprias, fazendo emergir simbolicamente uma nova memória coletiva (ou seja, de uma memória possível de ser compartilhada pelas profissionais do sexo de diferentes regiões geográficas). A memória, entendida como representação de um fato ocorrido no passado, é capaz de influenciar concretamente as disposições ligadas ao campo da prostituição e ao modo de vida dos agentes localizados em seu interior à medida que é gradualmente interiorizada. Em outras palavras, a materialização de uma nova história da prostituição e seu compartilhamento dentro do campo é capaz de agir diretamente sobre o *habitus* da prostituta.

O fácil acesso a conteúdos antigos por meio da hipertextualidade também projetou a história da prostituta para agentes situados em outros campos que não o da prostituição. Como essa narrativa carrega em si uma visão de mundo particular do grupo de prostitutas, ela tende a ser legitimada pelos outros agentes na medida em que é entendida como uma história contada por suas protagonistas. O relato é tido como oficial por ser contado por aqueles que vivenciaram o evento, ou seja, é a autoridade da prostituta como protagonista de sua história “que fundamenta a eficácia performativa do discurso sobre o mundo social” (BOURDIEU,

2002, p.145). Por sua vez, essa autoridade conquistada reflete os capitais simbólicos adquiridos pelas prostitutas ao longo de suas lutas, o que garante a elas um poder de nomeação sobre a realidade.

Cabe ainda destacar que a hipertextualidade contribui para que a história da prostituta seja construída pelo leitor cibernauta de forma individualizada, uma vez que ele irá “percorrer seus próprios caminhos, optando entre os links disponíveis e construindo uma linearidade narrativa particular” (MIELNICZUK; PALÁCIOS, 2001). Assim, identifica-se no “Beijo da Rua”, juntamente com a interatividade, hipertextualidade, multimídia e memória, a quinta característica atribuída por Mielniczuk e Palácios (2001) ao jornalismo online: a personalização. Por meio dela, cada leitor percorrerá um caminho único, baseado nas suas escolhas dentro das opções de links possíveis.

Tendo em vista todas essas características encontradas na versão virtual do “Beijo da Rua” é possível estabelecer algumas considerações sobre a importância do site para o movimento brasileiro de profissionais do sexo. Em linhas gerais, a cibermilitância da ONG Davida traduziu-se em uma maior autonomia para produzir e disponibilizar informações, detonar campanhas e, principalmente, divulgar representações da prostituta diferentes daquelas presentes no senso-comum.

Por projetar a identidade de prostituta reivindicada pela “ONG Davida” para outros campos, o site do “Beijo da Rua” também pode ser considerado uma forma de manipulação direta dos meios de comunicação de massa por parte do grupo de profissionais do sexo. Como corrobora Pereira (2003), a Internet deve ser entendida como uma mídia de massa devido à sua capacidade de difundir uma mensagem para uma grande audiência.

Após a experiência do site “Beijo da Rua”, o movimento de prostitutas tentará permeabilidade nos meios de comunicação de massa por meio da “Daspu”. Ao despertar o interesse dos meios de comunicação de massa e gerar publicidade espontânea com a “Daspu”, a ONG Davida irá ultrapassar algumas dificuldades enfrentadas pelo jornalismo online. A essas correspondem a constante necessidade de atrair o cibernauta, “sujeito que flui com facilidade pela rede, tem muitas possibilidades de informação à disposição, interesses diversos e cuja sua audiência fiel é um desafio para os comunicadores não só na modalidade jornalística” (PADILHA, 2008, p.12). Outro percalço do jornalismo futuramente superado diz respeito ao baixo número de usuários conectados à Internet, fato que ainda hoje é reflexo dos altos custos para adquirir computador, modem, linha telefônica e provedor.

4.3. A assessoria de comunicação da ONG “Davida”

Nos 26 anos do movimento de prostitutas, Leite foi responsável por representar o grupo tanto nos congressos em que a prostituição era debatida como também em passeatas reivindicativas, encontros com líderes do executivo das esferas nacional e internacional e nos eventos que abordavam temas paralelos a profissão, tais como prevenção à AIDS, violência sexual e vulnerabilidade social. Essas iniciativas, ocorridas no campo político, não ficaram reclusas somente a esse espaço. Além de conquistar reconhecimento de seus pares como líder da classe no campo da prostituição, as ações no campo político também se tornaram instrumentos de percepção e de expressão no campo social.

Como visto anteriormente no primeiro capítulo, a manifestação pública configura, por si só, um ato de legitimação daquele se encontra manifesto, proporcionando a conversão do capital político do agente em capital simbólico (Bourdieu, 2002). O capital simbólico conquistado por Leite através de sua militância pública atribuiu a ela uma nomeação, oficializando nos demais espaços sociais o papel de líder desempenhado pela militante no campo da prostituição.

Ao conquistar a crença e o crédito dos demais agentes no seu papel de porta-voz do movimento de prostitutas, Gabriela Leite deslocou-se para uma posição não somente de fazer reconhecer-se universalmente como também de possibilitar com que seu discurso fosse relevado na sociedade. Esse crédito atribuído à opinião da militante está diretamente relacionado à sua consagração institucional como líder das prostitutas, o que garantiu ao seu discurso um valor proporcional à sua autoridade de enunciadora.

A crença na legitimidade da opinião emitida por Leite foi ainda reforçada pelo seu *status* de representante, que sugere saberes específicos, conhecimento de causa e vivência na prostituição. Devido a todos esses fatores, a fundadora da “Davida” passou a ser reconhecida pelo campo do jornalismo como especialista no assunto prostituição e voz oficial do movimento, sendo elevada a categoria de fonte da grande imprensa. Desde então, Leite foi convidada a posicionar-se em nome da classe de profissionais do sexo nas reportagens que abordavam direta e indiretamente a venda do sexo.¹⁰

¹⁰ Apesar de ser hoje a liderança de maior importância no movimento brasileiro de prostitutas devido ao seu pioneirismo, Gabriela Leite não é a única porta-voz da classe. Há ainda Ivanilde Santos de Lima, diretora da ONG carioca “Fio da Alma”.

Tal interesse jornalístico na opinião de Gabriela Leite culminou na instauração de uma assessoria de comunicação da ONG “Davida”, ocorrida na primeira metade de 2002. O responsável por viabilizar o intercâmbio entre a entidade das prostitutas e os jornalistas dos meios de comunicação de massa foi Flávio Lenz, que também acumulava o cargo de editor do “Beijo da Rua”. Porém, mesmo sendo constantes as solicitações jornalísticas requerendo a palavra da prostituta, o advento da assessoria de comunicação em uma ONG de profissionais do sexo causou estranheza no campo do jornalismo:

O jornal liga para ONG. A secretária avisa que vai transferir para o assessor de imprensa. Antes de teclar o ramal, ela escuta o colunista dizer a um coleguinha: “Porra, agora até puta tem assessoria de imprensa!?” (...) Mas aquela era uma ONG de puta. Demais para a cabeça do colunista. (LENZ, 2009, p. 27)

Como o relato do assessor de imprensa denuncia, é comum no quadro referencial do jornalista o direito de acesso a uma assessoria de comunicação ser erroneamente atrelado: (1) a uma posição privilegiada no espaço social e (2) a posse de capital econômico. Essas duas prerrogativas, somadas ainda à vulnerabilidade jurídico-social da profissional do sexo e à representação da mesma no senso comum como mulher promiscua, enquadram a prostituta como sujeito não merecedor da posse de uma assessoria de comunicação.

Quanto à metodologia de trabalho da assessoria da ONG “Davida”, instituiu-se a priori uma relação com a grande imprensa “passiva”, visando somente atender as demandas previamente solicitadas pelos veículos e não sugerir novas pautas:

O esquema, para começar, era bem simples. Quando algum jornalista telefonasse pedindo para conversar com Gabriela – o que acontecia em dez a cada dez ligações -, que fosse passada para mim a ligação. Era para saber a pauta, o deadline, esclarecer alguma coisa e dar o *briefing* para a futura entrevistada, que ainda poderia negar-se a falar, uma verdadeira raridade. (LENZ, 2009, p.27)

Sendo assim, a assessoria de comunicação da ONG “Davida” não representou propriamente uma manipulação direta da grande mídia pelo grupo de prostitutas, uma vez que a entidade não possuía o “controle” daquilo que era pautado pela grande imprensa. Em contrapartida, não se pode negar que tal criação foi uma ferramenta eficiente de acesso à grande imprensa na divulgação de novas representações das prostitutas.

Como fonte oficial da prostituição, a ONG “Davida” teve ainda a oportunidade de introduzir no campo da produção da notícia bens simbólicos exteriores a ele. Trava-se, assim, uma luta simbólica por meio de estratégias na gestão da notícia. Nestas, os interesses do grupo

de prostitutas geralmente acabam sendo preservados independentemente de como a notícia será construída pelo jornalista do veículo, o que implica na edição e seleção do conteúdo fornecido por sua fonte durante a entrevista.

Sobre a legitimidade da representação da prostituta divulgada, essa não depende exclusivamente da organização das profissionais do sexo, mas é influenciada pelo reconhecimento universal do jornalismo e da sua noção de imparcialidade e objetividade frente à realidade. Como a autoridade do que é enunciado é proporcional a autoridade daquele que enuncia, o reconhecimento do veículo de comunicação produtor da matéria tanto no campo jornalístico como nos demais campos sociais também atribui valor à representação da prostituta divulgada por ele.

Assim, pode-se dizer que o advento da prostituta como fonte oficial da grande imprensa é reflexo da intersecção entre os campos político, jornalístico, social e o da prostituição. Como aborda Martino (2003), “procura-se sempre que possível, criar ou reforçar a intersecção entre os campos diversos com a finalidade de reforçar o prestígio” em todos esses espaços (MARTINO, 2003, p.54).

A consagração da opinião e das representações divulgados pela classe de prostitutas, personificada na figura da socióloga Gabriela Leite, foi definida e reforçada por meio das conexões estabelecidas entre esses três espaços sociais. O reconhecimento da militante no interior de cada um deles que sustentou o prestígio da sua palavra nos demais. Nesse contexto, a assessoria de comunicação da ONG “Davida” caracterizou-se como uma ponte de aproximação entre espaços sociais distintos e como ferramenta de intercâmbio de capitais simbólicos.

4.4. A “Daspu”

Se a instauração da assessoria de comunicação da ONG “Davida” representou um estreitamento nos laços entre o movimento de prostitutas e os meios de comunicação de massa, a fundação da grife de moda “Daspu”, em julho de 2005, terminou por consagrar essa relação. Ao entender a moda das prostitutas como uma iniciativa de grande potencial

noticiável, a grande imprensa passou a exercer um papel fundamental na divulgação da iniciativa como também no seu processo de criação.

Como descreve Lenz (2009), o surgimento da “Daspu” remete ao primeiro semestre de 2005, quando o movimento de prostitutas estudava fundar uma confecção de roupas para angariar renda para suas atividades. O motivo eram as boas vendas dos artigos produzidos pelas ativistas no Fórum Social Mundial, ocorrido em janeiro do mesmo ano na cidade de Porto Alegre (RS). Além de tapetes de crochê, foram comercializadas no evento mais de 100 unidades da única camiseta produzida pela ONG “Davida” até então: uma gravura de Lasar Segall retratando a prostituta e seu cliente, que servia para divulgar o jornal “Beijo da Rua”.

Durante a comemoração do décimo terceiro aniversário da ONG “Davida”, em 15 de julho de 2005, Gabriela comentou com o designer Sylvio de Oliveira o desejo não mais de criar uma confecção, como havia sido pensado primeiramente, mas de fundar uma grife tendo como referencia as prostitutas. Oliveira sugeriu, então, o nome “Daspu” para o empreendimento, em analogia a loja paulistana “Daslu”, que naquele período encontrava-se nos noticiários devido a uma suspeita de sonegação fiscal.

Localizada na zona sul de São Paulo, a “Daslu” é uma loja com 17 mil metros quadrados especializada em artigos de luxo. A logomarca da butique vem da junção dos nomes das primeiras sócias, Lúcia Piva e Lourdes Aranha, ambas apelidadas de “Lu”. Dois dias antes do aniversário da ONG “Davida”, uma operação da polícia federal denominada “Narciso” atuou a loja em R\$ 236 milhões pelo não pagamento de impostos na importação de produtos e por subfaturação de mercadoria. As investigações culminaram na detenção temporária da atual dona da “Daslu”, a empresária Eliana Tranchesì, filha de Lúcia Piva.

Apesar da intenção em levar adiante a grife “Daspu”, as demandas das outras atividades da ONG fizeram com que a iniciativa ficasse momentaneamente suspensa. Em novembro de 2005, o assunto voltou a ser discutido durante uma reunião informal dos dirigentes da “Davida” em um bar carioca. De acordo com a versão oficial da ONG “Davida” sobre a fundação da grife, presente no livro “Daspu – A moda sem vergonha”, de Flávio Lenz, uma jornalista que coincidentemente estaria em uma outra mesa do mesmo bar teria prestado atenção na conversa e repassado as informações para o colunista Elio Gaspari, que noticiou a criação da grife como fato consumado no jornal “O Globo” do dia 20 de novembro.

Sem ser checada, a nota dada por Elio Gaspari emitiu informações erradas sobre a fundação da grife, omitindo o nome e distorcendo a nacionalidade da entidade responsável

pela idealização do projeto. A nota dizia: “As moças que batalham à noite nos arredores da Praça Tiradentes, no Rio, tiveram a ajuda de uma ONG escandinava para montar uma pequena confecção onde costurassem suas roupas de trabalho. A grife de moças vai se chamar Daspu”. (LENZ, 2008, p.46).

A priori, Flávio Lenz e Gabriela Leite relatam que pensaram que a idéia do nome da grife havia sido roubada. Mas como não havia nenhuma ONG escandinava atuando em projetos sociais de prostitutas no Rio de Janeiro (RJ), eles resolveram assumir a autoria da grife quando um jornalista do jornal “O Dia” ligou para checar a informação e aprofundar a pauta.

A notícia ganhou rapidamente repercussão na grande imprensa: em apenas uma semana, os diretores da ONG “Davida” e futuros empresários da grife “Daspu” foram entrevistados pelos jornais “O Dia”, “Folha de São Paulo” e pela revista “Istoé” sem que houvesse peça ou croqui produzido pela marca.

Com receio de desperdiçar o interesse conquistado nos meios de comunicação de massa, a ONG “Davida” precisou correr contra o tempo para produzir material da “Daspu” à medida que aumentavam os pedidos de entrevistas e a demanda por imagens, requisitadas pelos jornalistas para ilustrar as matérias. As primeiras cinco peças da grife ficaram prontas às pressas para atender uma pauta da revista eletrônica “Fantástico” (Rede Globo), televisionada no dia 5 de dezembro de 2005. As demais foram produzidas para um desfile agendado no programa da Adriane Galisteu (SBT), ocorrido na semana seguinte. A apresentadora, que solicitou um vestido da “Daspu” para utilizar durante o programa, teve que devolvê-lo por se tratar da única peça da grife.

Havia ainda a necessidade de aproveitar a visibilidade para a venda de artigos e, com isso, gerar recursos para a ONG. Dessa forma, a grande mídia influenciou diretamente não apenas o processo criativo das peças como também na produção e logística da “Daspu” enquanto grife.

Sobre esse repentino interesse dos meios de comunicação de massa pela grife de prostitutas, é possível apontar alguns critérios que contribuíram para que a mídia literalmente “construísse” o fenômeno Daspu.

A seleção de fatos que serão transformados em notícia é uma característica genuína da mídia, independente de possíveis manipulações ideológicas. Martino (2002) explica que cada fato cotidiano pode ser classificado por uma espécie de preço simbólico, que é proporcional a

sua potencialidade em virar notícia: quanto maior for seu preço simbólico, mais possibilidades o acontecimento terá de ser pautado. Por sua vez, o preço simbólico também é o termômetro que determina quais notícias serão destaques e, entre os destaques, aquelas que terão condições de tornarem-se manchetes.

Se a criação de uma grife de prostitutas já era um fenômeno passível de garantir uma boa cobertura da mídia devido ao seu caráter “inédito” e “inesperado”, seu preço simbólico foi aumentado devido à correspondência com outro fato social noticiado: o escândalo da “Daslu”. Dessa forma, a criação da “Daspu” irá primeiramente funcionar como uma extensão da pauta da butique paulistana, que perdia naturalmente importância com o passar dos meses.

A significação da “Daspu” dentro de um contexto social foi um segundo fator que garantiu sua noticiabilidade. A partir da analogia entre os nomes da grife de prostitutas e da butique paulistana, a mídia tratou o acontecimento como reflexo da luta de classes: socialites versus prostitutas, ricos versus pobres ou “o templo do luxo contra a boca do lixo” (KERSUL, 2009, p.34). Tal abordagem foi ainda reforçada pela divulgação pública de uma notificação extrajudicial, assinada pelos advogados da “Daslu”, na qual a ONG de prostitutas era ameaçada de processo por danos morais caso não desistisse do uso do nome.

Para dar continuidade à visibilidade na grande mídia ao longo do ano e garantir capital dentro do campo da moda, a “Daspu” adentrou no calendário oficial da moda nacional, passando a produzir duas coleções por ano (primavera-verão e outono-inverno) e a participar de eventos como o São Paulo *Fashion Week*. Desse modo, tanto as roupas quanto os desfiles transformaram-se em iniciativas de cunho midiático, produzidos segundo as mesmas regras de apreciação da grande mídia e com potencial de tornarem-se notícia

Com os olhos da grande mídia atentos à sua produção, a “Daspu” utilizou-se das roupas para projetar representações das profissionais do sexo que visavam contrapor-se à visão da prostituição como lugar de vitimização, estratégia já vista anteriormente no jornal e site “Beijo da Rua”. A moda, entendida ela própria também como sistema de códigos com potencial para a expressão de conteúdos e transmissão de informações, serviu como ferramenta de visibilidade e representatividade social.

Como abordou Guimarães M. (2007, p.13) sobre a “Daspu”, o movimento de prostitutas faz parte dos grupos que “[...] sem condições de terem voz em outras instâncias que não a da cultura [...] recorrem a uma forma de comunicação eficiente e de grande possibilidade de difusão como é a moda”. Assim, será por meio da moda que a grife dará continuidade ao

processo iniciado nos veículos particulares para difundir uma representação da prostituta inserida nos diversos campos sociais, e não à margem destes.

Da sua fundação em 2005, até agosto de 2009, a “Daspu” lançou seis coleções. São elas:

Primeira coleção (outono-inverno 2006): sem um nome específico, a primeira coleção da grife de prostitutas foi lançada em janeiro de 2006. As vestimentas foram divididas em cinco linhas: “Folia” (roupas para o carnaval), “Ativismo” (camisetas com frases politizadas), “Batalha” (peças para o exercício da profissão), “Prazer” (lingeries) e “Lazer” (indumentárias para o dia a dia).

Daspu na Pista: BR 69 (primavera-verão 2006/2007): inspirada no universo dos caminhoneiros, contou com macacões, top, shorts e vestidos. Foi lançada em junho de 2006, assinada pela estilista Rafaela Monteiro.

Putas Arte (outono-inverno 2007): teve como referencial as pinturas, xilogravuras, desenhos, filmes e canções que interpretavam as prostitutas e a prostituição. Foi lançada em janeiro de 2007, assinada pelo designer Sylvio de Oliveira. Como boa parte das roupas da coleção eram malhas e moletons – inadequadas para o clima do Rio de Janeiro – houve uma baixa procura por peças.

Copasacana (primavera-verão 2007/2008): o nome fazia alusão a uma operação policial denominada Copa Bacana, ocorrida no mesmo ano, que visou reprimir a prostituição no bairro carioca e outros setores urbanos. A sua referência estética foi “Bebel”, personagem da novela “Paraíso Tropical” (Rede Globo) que combinava shorts curto com maiô e *body*. Produzida pelo modelista Franklin Melo, o resultado final da coleção foi considerado pela ONG “Davida” muito conceitual e pouco comercial. Por não ter sido produzida em larga escala, “Copasacana” é considerada uma “coleção fantasma”.

Cruzadas, entre o Botão e a Espada (primavera-verão 2009): depois de “pular” uma estação visando ganhar fôlego comercial e artístico, a “Daspu” produziu sua nova coleção em parceria com os estudantes do Curso de Design de Moda da Fundação

Mineira de Educação e Cultura (Fumec), de Belo Horizonte (MG). Lançada em junho de 2008, o tema abordava o ativismo político com referências medievais (como coroas escritas “PU”).

Da farofa ao caviar (primavera-verão 2010): a intenção dessa coleção era demonstrar que as prostitutas seriam (supostamente) bem-vindas em todos os setores da sociedade, independentes da classe social. Abusando de peças curtas e decotes, as roupas tiveram como referência temática lanchonetes, bares, festas e outros estabelecimentos alimentícios. Utilizava-se, assim, o ato de “comer” tanto como sinônimo para alimentação quanto como metáfora para o ato sexual.

A “Daspu” proporcionou ainda a consagração da relação histórica da prostituta com a moda, dialogando com o entendimento da roupa como artifício performático e elemento construtor da identidade da profissional do sexo. Primeiramente, a relação da identidade com a moda pode ser refletida a partir do consumo. Em linhas gerais, há uma projeção nas roupas consumidas de aspectos de uma determinada identidade: o sujeito não é exclusivamente aquilo que consume, mas compra e veste seus objetos tendo como referencial aquilo o que é ou o que pretende ser.

As escolhas das roupas também são filtradas pelo estilo de vida de cada sujeito, dizendo muito não apenas da sua individualidade, mas também da comunidade ao qual pertence. Dentro dessa perspectiva, as roupas produzidas não apenas vão representar o modo como as meretrizes se vêem como também revelarão a forma como gostariam de ser vistas, mesmo que algumas dessas reivindicações estejam longe da realidade presente do dia a dia (como visto na coleção “Da farofa ao caviar”, de 2010).

A expressão de aspectos da identidade da prostituta por meio da sua vestimenta também está vinculada ao papel do corpo na sociedade pós-moderna, considerado lugar privilegiado para a manifestação das subjetividades dos indivíduos. De acordo com Sant’anna (2002, p.102), “se durante séculos a humanidade destinou à alma o lugar de identidade humana, na ordem tecnocêntrica é o corpo que exercerá essa função”.

Por outro lado, vale ainda ressaltar que a identidade de prostituta apresentada pelas roupas da “Daspu” é elaborada mediante um processo de domesticação do corpo e normatização social, sendo influenciada pelo biopoder. Em outras palavras, a prostituta

construída pelas roupas da “Daspu” é submetida a regras e normas que influenciam no tamanho das roupas e no corte das roupas, restando apenas similitudes com a vestimenta utilizada pela prostituta “real” em seu ambiente de trabalho. Nesse aspecto, a roupa da “Daspu” é mais palatável quando comparada com a roupa da meretriz real do trottoir.

Outra conquista da “Daspu” foi a afirmação do símbolo do estigma da prostituta, acessível por meio da sua vestimenta. Como visto anteriormente no capítulo dois, o elemento estigmatizante da prostituta não é aparente, como ocorre com os portadores de deficiência física ou com os negros. A informação que configura o seu “desvio” só é passível de identificação quando há um conhecimento prévio da sua condição por parte do receptor ou por meio da visibilidade da sua vestimenta. Dessa forma, a mesma roupa que tem por função seduzir e atrair o cliente também é instrumento de discriminação, tendo na conduta sexual o seu referencial explícito.

Devido ao grande ganho de capital social proporcionado quando se é identificado como sujeito “normal”, quase todos aqueles que estão numa posição na qual o encobrimento do estigma é possível tentarão fazê-lo em alguma ocasião. Para as prostitutas, a manipulação do seu estigma está principalmente relacionada a não utilização das chamadas “roupas de puta”. Como o estigma da profissão muitas vezes impossibilita a coexistência da vida profissional e familiar, é comum que a vestimenta seja utilizada pelas profissionais do sexo para “separar” sua identidade profissional das suas demais identidades, tais como mãe, filha ou namorada.

Fazendo um contraponto a essas antigas estratégias que visavam encobrir os elementos estigmatizantes, a “Daspu” afirma a diferenciação social da prostituta por meio das “roupas de puta”. Goffman (1982) corrobora que a revelação voluntária do estigma é considerada a fase final da carreira do estigmatizado, na qual o sujeito encontra-se maduro para sentir que deveria estar acima do encobrimento do seu “defeito”.

Assim, pode-se dizer que não é intenção da grife “a supressão das características estigmatizadoras, mas a destruição da tábua de valores que as constitui como estigmas” (BOURDIEU, 2002, p.124). A intenção dessas estratégias, que visam opor-se a dominação simbólica, é possuir um poder de atuação sobre as ferramentas que atribuem valor para a mesma identidade:

A revolução simbólica contra a dominação simbólica e os efeitos de intimidação que ela exerce tem em jogo não, como se diz, a conquista ou a reconquista de uma nova identidade, mas a reapropriação coletiva deste poder sobre os princípios de construção e de avaliação da sua própria identidade (BOURDIEU, 2002, p.125).

No caso do movimento de prostitutas brasileiras, o elemento estigmatizante presente na roupa da profissional tem seu valor social subvertido a partir da agregação de capital simbólico, fruto da visibilidade e do reconhecimento nos campos social, da moda e do jornalismo. Essa subversão simbólica acontece apesar da roupa da prostituta produzida pela “Daspu” nem sempre ser completamente fiel aquela utilizada pela prostituta “real”, uma vez que as peças da grife são produzidas tendo como referencial os elementos performáticos vinculados historicamente às profissionais do sexo, como o uso de decotes e a combinação de cores quentes.

Os reflexos da subversão simbólica dos elementos estigmatizadores não ficaram restritos apenas à identidade social da profissional. Segundo Villaça (2007, 2008), a “Daspu” e a sua ampla divulgação nos meios de comunicação de massa também contribuem para a reorganização subjetiva do espaço urbano das cidades.

Fazendo uso da moda, a grife de prostitutas organizou simbolicamente uma estética fora dos paradigmas hegemônicos ligados à classe social, etnia e padrões de beleza vinculados a elite. O interesse da grande mídia por essa estética “das ruas” e sua divulgação além de limites geográficos, contribui para que elementos anteriormente restritos à periferia passassem a circular no centro, repaginando o imaginário urbano. Assim, o casamento entre moda e mídia oferece apropriações que podem determinar afetivamente mudanças sociais.

Por fim, a “Daspu” também dialoga com o campo político, uma vez que ela própria pode ser considerada uma estratégia de afirmação de identidades e de direitos à cidadania. Mas ao contrário das antigas estratégias de militância, a grife de prostitutas lança mão de iniciativas alinhadas ao atual momento de globalização, priorizando a Cultura e os meios de comunicação de massa nas tentativas de acesso e de representatividade na esfera pública. Nessa nova forma de militância midiática, a passeata cede lugar ao desfile e o panfleto às roupas. Ambos, porém, não perdem sua essência política.

Assim como ocorre com a parada gay do movimento GLBT, o desfile da “Daspu” promove a expressão da sexualidade em praça pública. Como corrobora Villas-Boas (2008 *apud* LENZ, 2008, pag.13), tais iniciativas dentro de um contexto social não completamente favorável às manifestações de sexualidade consideradas “ilegítimas” são por si só um ato político. Não entender tais manifestações como políticas seria como tentar promover a “despolíticação do indespolutizável”.

O mesmo princípio de afirmação da sexualidade é identificado nas camisetas da “Daspu”, nas quais são utilizadas frases como “Mulheres perdidas são as mais procuradas” e “Mulheres boas vão para o céu, mulheres más vão a qualquer lugar”. Calza (2007), e mais profundamente Camargo (2007), vão classificar essas “camisetas-panfleto” não apenas como sistema de linguagem que transmite significados, mas também como ferramenta na qual se fazem identificar um posicionamento ideológico.

4.5. Bebel e a integração pelo melodrama

A última investida midiática da ONG “Davida” após a bem-sucedida criação da grife “Daspu” foi assessorar a composição da personagem “Bebel”, vivida pela atriz Camila Pitanga na telenovela “Paraíso Tropical”.

Escrita pelo dramaturgo Gilberto Braga, o folhetim foi ao ar pela Rede Globo entre os dias 5 de março e 28 de setembro de 2007, no horário das 21 horas. A trama era ambientada no Rio de Janeiro (RJ) e possuía como casal de protagonistas as personagens “Paula” (Alessandra Negrini) e “Daniel” (Fábio Assunção). Por sua vez, “Bebel” foi concebida como par romântico do vilão “Olavo” (Wagner Moura), antagonista que disputava com “Daniel” a presidência da empresa da família.

A história da personagem tem início quando “Bebel” abandona o bordel no qual trabalhava na Bahia para prostituir-se no calçadão de Copacabana. Caracterizada como sonhadora e extremamente ambiciosa, a prostituta torna-se comparsa do cafetão “Jader” (Chico Diaz) na realização de pequenos golpes. É por intermédio dele que a meretriz conhece o empresário “Olavo”, pelo qual se apaixona.

Escalada por Gilberto Braga para viver “Bebel” no folhetim, a atriz Camila Pitanga procurou a ONG “Davida” em novembro de 2006 para ajudá-la na composição da personagem. Durante o laboratório, Pitanga entrevistou Gabriela Leite e conversou com as demais prostitutas vinculadas a ONG sobre os percalços que cercavam a profissão. A partir das informações obtidas, a atriz decidiu que a prostituição não deveria sintetizar toda a

identidade da personagem, assim, houve um esforço por parte de Pitanga em separar a profissão dos outros “papéis sociais” exercidos por “Bebel”:

Acho que ali foi o meu antes e depois para esse trabalho. Quebrei meus preconceitos, me livrei do estereótipo da prostituta coitada, lasciva... São pessoas com histórias diversas e vi que tinha de entrar a fundo no que era do caráter da personagem. A prostituição não é um detalhe, mas, na verdade, é só o trabalho dela. Caráter é outra coisa (PITANGA, 2007 *apud* MAIO, 2007).

Quanto à representação social de profissional do sexo escolhida pela atriz para compor “Bebel”, procurou-se fazer um contraponto às antigas personagens prostitutas divulgadas nas novelas globais do horário nobre, quase sempre retratadas de forma vitimizada. A esses exemplos correspondem principalmente às personagens “Capitu” (Giovanna Antonelli) da novela “Laços de Família” (2000), explorada pelo seu cafetão; “Tieta” (Betty Faria), do folhetim homônimo de 1989, que decidiu prostituir-se após ser expulsa de casa pelo pai; e “Leonora” (Lídia Brondi), enteada de Tieta rejeitada pelo noivo quando esse descobre que ela era ex-prostituta.

Nesse sentido, Pitanga utilizou três elementos para compor uma profissional do sexo “mais parecida com a realidade das prostitutas, que são alegres, irreverentes” (LEITE, 2009 *apud* MENDONÇA, 2009): vestuário, linguajar e expressão corporal.

Quanto ao vestuário, foram priorizadas as “roupas de puta”, vestimentas chamativas cuja finalidade é facilitar a identificação da prostituta por parte do cliente e seduzi-lo. Essas se caracterizavam por estampas, maquiagem carregada, combinação de cores fortes e, principalmente, peças sensuais. Entre as roupas que mais caracterizaram a personagem ao longo da trama estava um maiô de praia, utilizado como “body” em combinação com short jeans. Kegler e Araujo (2009) analisaram a influência dessa peça na moda de rua durante a ocasião.

Já o vocabulário de “Bebel” era definido por diversos erros gramaticais, manifestos principalmente nas palavras que faziam referência ao seu desejo de “subir de vida”, tais como o jargão “catiguria” (categoria) e “penhar” (penhoar). O uso de palavras que denunciavam sua origem social desfavorecida nas situações em que era cobrada de “Bebel” uma postura requintada garantia comicidade à trama da prostituta.

Barbero (2003, p.107) sintetiza que o humor é um artifício comum nas telenovelas por aliviar tensões sociais. No caso de “Paraíso Tropical”, os elementos cômicos foram utilizados para aliviar os conflitos que envolviam a figura da profissional do sexo na esfera pública,

facilitando o reconhecimento entre público e personagem. Segundo o autor, o riso popular torna-se uma vitória sobre certas estruturas sociais “por tornar risível, ridículo, tudo o que causa medo”.

Por sua vez, a expressão corporal utilizada por Pitanga encontrava-se igualmente no limiar do humor e da sensualidade. O andar de “Bebel” era permeado de rebolados, que em pouco tempo tornaram-se marca registrada da personagem.

A combinação desses três elementos na caracterização de uma prostituta *despojada* permitiu que uma representação social da profissional do sexo vista anteriormente no movimento de prostitutas passasse a circular na mídia e, conseqüentemente, em outras esferas sociais. Se este fato por si próprio é capaz de transformar em longo prazo a forma como a prostituta é vista na sociedade, o roteiro de Gilberto Braga também contava elementos com potencial de influenciar a representação da prostituta no campo social, mesmo o autor não possuindo envolvimento com o movimento de profissionais do sexo.

A construção da história amorosa de “Bebel” foi similar à do enredo do filme estadunidense “Uma Linda Mulher” (1990), no qual o romance entre uma prostituta e um empresário transcendia as barreiras sociais das personagens. Tal fato contribuiu boa aceitação do relacionamento entre a prostituta e “Olavo” em detrimento ao casal de protagonistas, rejeitados pela audiência da telenovela.

A trama fez ainda referencia a fatos da realidade política e social brasileira daquele período, como visto no último capítulo da telenovela. Após a morte de “Olavo”, a prostituta reapareceu anos mais tarde depondo em uma CPI como amante de um senador, cena que resgatou um recente caso história da política brasileira envolvendo o então presidente do Senado Renan Calheiros (PMDB-AL) e sua amante, a jornalista Mônica Veloso.

Pode ainda se dizer que o enredo da personagem “Bebel” foi construído pelo dramaturgo a partir do gênero melodrama, que mistura estruturas sociais e sentimentos. Nas palavras de Barbero (2003, p.316), esse amalgama de elementos da realidade cotidiana com espetáculo ficcional faz com que o melodrama represente para o telespectador uma “situação primordial de reconhecimento”. O ato de reconhecer-se é intermediado por meio das personagens, que atuam facilitando o trânsito entre realidade e ficção, convidando o público a se identificar com as questões que cercam os sujeitos sociais por elas representados. O enredo de “Bebel” possui ainda semelhanças com aquilo que Barbero (2003) chama de gênero carnavalesco, no qual público, autor e personagem trocam constantemente de lugar.

O uso desses artifícios de reconhecimento possibilitou a empatia do público de “Paraíso Tropical” com “Bebel”, garantindo à personagem prostituta permeabilidade e reconhecimento em termos de audiência e elevando-a de coadjuvante à protagonista e de vilã à mocinha. O prestígio da personagem estendeu-se ainda à atriz, aumentando o seu capital simbólico no campo social.¹¹

Quanto ao conteúdo da representação de prostituta construída por “Bebel”, a personagem dialoga com uma concepção do ser-prostituta que tradicionalmente circula no imaginário coletivo: a de uma mulher que sobrevive do seu corpo seja seduzindo ou despindo-se. Em contrapartida, “Bebel” é construída como uma pessoa “de verdade” ao expressar outras identidades que, se não são reduzidas à prostituição, também não necessariamente deixam de passar pela esfera da sua profissão: a personagem é uma mulher capaz de envolver-se afetivamente (apaixonada por “Olavo”), é competente naquilo que faz e possui sua ambição vinculada à sobrevivência, que a torna uma “batalhadora”. Dessa forma, o reconhecimento do público com “Bebel” é estabelecido a partir de marcas identitárias que aproximam da prostituta com da mulher não-prostituta.

O que a personagem tem de mais fascinante é o fato de ser uma sobrevivente, alguém que luta pela vida o tempo todo. Trabalha como prostituta e faz isso bem! Ela tem uma torcida e as pessoas a compreendem até melhor do que eu quando a recebi de presente [...] (PITANGA, 2007 *apud* RIBEIRO, 2007).

Por meio do melodrama, um dos elementos responsáveis por proporcionar sentido à narrativa de “Bebel” não é somente a ideologia política do movimento de prostitutas, mas também o *habitus*, entendido como estrutura-estruturada e estruturante que se realiza na dinâmica entre memória e imaginário coletivo. Em “Paraíso Tropical”, “Bebel” não aborda em seu discurso as questões políticas que envolviam a classe de prostitutas no Brasil na ocasião, como a regulamentação da profissão, que tramitava no Congresso Nacional durante o período de exibição da novela. Porém, a personagem atua de forma “positiva” no imaginário coletivo ao colocar em circulação uma representação midiática da prostituta que, ao contrário do estereótipo, é atravessada por marcas identitárias plurais. E como frisa Barbero (2003,

¹¹ Para maiores detalhes, ver reportagens: “Após Bebel, empresas desejam Camila Pitanga” (Terra, 28/09/2007); “Camila Pitanga e Wagner Moura recebem prêmio por Bebel e Olavo (94FM, 12/03/2008); “Paraíso Tropical chega ao fim e Bebel entra para história da TV” (Terra, 22/09/2007).

p.316), “não existe acesso à memória histórica nem projeção possível sobre o futuro que não passe pelo imaginário coletivo”.

5. ANÁLISE DE CONTEÚDO: A REPRESENTAÇÃO MIDIÁTICA DA PROSTITUTA NO JORNALISMO ONLINE

“O melhor está nas entrelinhas”,
Clarice Lispector

5.1. Metodologia

Como abordado nos capítulos anteriores, a interação dos sujeitos sociais com as representações que transitam na sociedade possibilita a redefinição dos limites das suas respectivas identidades. Certas representações, quando interiorizadas, podem ainda colaborar para a redefinição dos *habitus* correspondentes a determinados campos sociais, diferenciam os agentes que habitam esses espaços daqueles que não compartilham dos mesmos modos de vida.

Nesse constante processo de identificação e diferenciação entre os sujeitos sociais, a grande mídia possui um papel de destaque devido à sua característica de mediação entre os diversos campos sociais. Por meio da transformação de acontecimentos em notícias, os meios de comunicação de massa projetam para as demais esferas sociais representações já existentes. Com isso, democratiza-se o acesso ao conteúdo dessa representação por parte dos sujeitos que se encontram distribuídos ao longo do macrocosmo da sociedade, possibilitando novas oportunidades de identificação (ou diferenciação).

Ao tornar pública uma representação anteriormente circunscrita a um determinado campo, a grande mídia também atribui capital simbólico ao objeto representado e exerce efeitos concretos de produção de sentido. Assim, pode-se dizer que a mídia não somente reproduz representações como também as produz, proporcionando-lhe novos significados.

Partindo da premissa de que a identidade é transformada continuamente em relação às formas pelas quais os sujeitos sociais são representados nos sistemas culturais que os rodeiam (HALL, 2006), este capítulo pretende refletir sobre como o processo de reivindicação de uma identidade pela militância de um grupo minorizado está sendo apropriado pelos meios de

comunicação de massa, e de que forma essa identidade requerida pode influenciar na representação social do grupo. Para isso, será utilizada como exemplo ilustrativo a recente iniciativa do movimento de prostitutas brasileiras em inserir na mídia, por meio da “Daspu”, imagens da profissional do sexo diferentes daquelas tradicionalmente difundidas nos outros setores da sociedade.

Por ser a grife “Daspu” uma iniciativa do próprio movimento de prostitutas visando divulgar na sociedade de representações sociais mais positivas acerca das profissionais do sexo, as informações apresentadas por meio das suas roupas fazem referência a marcas identitárias requeridas pelo próprio grupo (como esse se vê, como gostaria de ser visto), sendo permeadas por significações particulares. Como observado nos capítulos três e quatro, essa identidade da prostituta que circula no interior da militância geralmente constitui a meretriz como mulher trabalhadora, alegre e bem integrada nas esferas sociais.

Dentro dessa perspectiva, A hipótese principal é que a identidade de prostituta requerida pela “Daspu” é apropriada pela mídia nas matérias que falam sobre a grife, colaborando na redefinição da representação social das profissionais do sexo à medida que faz frente aos estereótipos produzidos pelo senso comum. Esses habitualmente retratam as meretrizes como mulheres marginalizadas e vitimizadas.

Entretanto, cabe aqui ressaltar que entendo o termo identidade reivindicada como demandas por reconhecimento do movimento de prostitutas em relação aos demais segmentos da sociedade. A identidade constitui-se como um projeto simultaneamente individual e coletivo, moldada nas interações sociais, logo não é externa ao sujeito ou literalmente passível de apropriação. Segundo as considerações de Young (2000, p.103) sobre produtos culturais organizados por grupos minorizados, as identidades podem ser consideradas como construções narrativas das experiências dos sujeitos. Nas palavras da autora, “interpretações e reinterpretções de experiências típicas e atividades em respostas a estereótipos podem ser chamadas de políticas de identidade”. Dessa forma, políticas de expressão cultural organizadas por grupos minorizados consistem “na afirmação da especificidade e da diferença diante de um público amplo, de quem o movimento espera respeito e reconhecimento de suas ações e virtudes” (*Ibidem*).

Para analisar a permeabilidade dessa identidade particular apresentada pela “Daspu” na mídia, faz-se necessário o uso de uma metodologia que possibilite decifrar os níveis de

significação dessas representações. Sendo assim, o método escolhido é a análise de conteúdo sugerida por Bardin (2000).

Entende-se por conteúdo a referencialidade das mensagens, ou seja, aquilo o que elas indicam e a que poderes sociais reportam. Segundo a autora, a análise de conteúdo possibilita ao pesquisador investigar o “escondido, o latente, o não-aparente, o potencial de inédito (o não-dito), retido por qualquer mensagem” (BARDIN, 2000, p.9).

5.1.1 A seleção dos veículos

O primeiro passo que antecede a análise de conteúdo é a definição de um *corpus* homogêneo e coeso. Para atender a regra de unidade, foram selecionadas apenas as reportagens que enfocaram os lançamentos das coleções da “Daspu” durante janeiro de 2006 a julho de 2009. Nas matérias com essa temática, costuma haver um maior enfoque por parte dos veículos na produção das roupas e nas entrevistas com as prostitutas que compõem o *staff* da grife. Esses elementos são relevantes na elaboração da representação da profissional do sexo a ser difundida, o que justifica a escolha desse tipo de pauta para a análise. Por sua vez, o período temporal selecionado abrange todas as coleções lançadas pela grife de prostitutas desde o seu lançamento até os dias atuais.

Quanto ao tipo de veículo midiático, optou-se pelos portais da Internet. Define-se “portal” como site que oferece ao usuário serviços de natureza distintas, como provedor de acesso à Rede, e-mail, salas de bate-papo, rádio virtual e, principalmente, notícias (FERRARI, 2006). A escolha pelo jornalismo online deve-se ainda à própria importância da Internet no processo de redefinição das identidades, hoje não mais fixadas em agrupamentos primários (território, etnia, religião), mas mediadas por uma tecnologia de atuação trans-regional. O jornalismo online permite a pulverização de representações dos grupos sociais além dos limites temporais e espaciais, que foram, desde sempre, características das antigas mídias pré-telemáticas.

Dos diversos portais virtuais brasileiros atualmente em atividade, foram selecionados três para a constituição do *corpus*: Internet *Group* (iG), Terra e Universo Online (UOL). A escolha foi motivada por dois fatores: o pioneirismo desses sites quanto à produção de

notícias em plataforma online nas décadas de 90 e 2000; a preocupação em oferecer ao usuário informações quanto ao mundo da moda, possuindo, todos, espaços reservados para essa temática.

Internet Group (iG)

Lançado em 09 de janeiro de 2000 sob o nome de “Internet Grátis”, o iG foi uma das primeiras versões de provedor de acesso gratuito à Internet no território brasileiro. Após um ano tentando, sem sucesso, firmar-se no mercado online, a empresa alterou seu plano de negócios e passou a receber, em 2001, repasses das operadoras de telefonia. Nesse período, aumentou-se a oferta de serviços pagos e sua logomarca transformou-se em “Internet Group”.

Em 2004, o “Internet Group” foi adquirido pelo grupo BrasilTelecom e fundido aos portais iBest e BrTurbo, todos de propriedade da empresa de telefonia Oi.

Além de provedor, o iG também possui um portal que abriga sites importantes, como o noticiário “Último Segundo” e a página de moda “Chic”. Nos primeiros anos da década de 2000, a proposta do “Último Segundo” de ter uma redação voltada exclusivamente para a produção de conteúdos online foi considerada pioneira no campo do jornalismo, uma vez que todos os seus concorrentes eram, até então, vinculados a veículos impressos.

Por sua vez, o site “Chic” é propriedade de Glória Kalil, jornalista, empresária e consultora de moda brasileira. O nome da página faz referência ao livro homônimo assinado pela profissional, cuja primeira edição é datada de 2004 pela editora Codex.

Dentro da dinâmica editorial do portal, é possível perceber uma concentração na cobertura dos acontecimentos de moda por parte do site “Chic” em detrimento do “Último Segundo”. Por esse motivo, serão analisadas no presente estudo apenas as matérias que enfocaram a “Daspu” na página administrada pela consultora Glória Kalil.

Terra

Em 1988, Marcelo Lacerda e Sérgio Pretto fundaram a empresa de software Nutec, em Porto Alegre. Em 1995, a empresa passou a investir na web e criou a Nutecnet, cujo primeiro serviço foi um sistema de correio eletrônico. No ano seguinte, a Nutec filiou-se ao grupo de

mídia RBS para criar um canal interativo na Internet. O resultado foi o provedor ZAZ, lançado em 1º de dezembro de 1996.

Considerado um dos primeiros portais brasileiros, o ZAZ reunia serviços de buscas, de compras e chat, além de disponibilizar notícias dos jornais impressos O Globo, Agência Estado, IstoÉ, IDG, Zero Hora, Correio Braziliense e Diário do Grande ABC.

Em julho de 1999, o ZAZ filiou-se ao grupo Telefônica da Espanha e transformou-se no Terra, cadeia de portais presentes nos principais países da América Latina. Atualmente, o Terra brasileiro está presente em mais de duas mil cidades e possui 1,7 milhões de assinantes.

Quanto aos serviços de notícias, o “Terra” possui uma Redação própria, voltada para a produção de conteúdos exclusivos para a Internet e dividida em subeditorias (moda, cidades, economia, entre outros). Eventualmente, o portal ainda publica nas suas páginas jornalísticas matérias produzidas pela agência internacional de notícias “Reuters”.

Universo Online (UOL)

De propriedade do Grupo Portugal Telecom e com participação do Grupo Folha (que edita os jornais Folha de S. Paulo e Folha da Tarde), o portal Universo Online (UOL) foi lançado em 28 de abril de 1996, às 4h15 da manhã. Além de ser um provedor de Internet, o site oferecia serviço de bate-papo, a edição diária da Folha de S. Paulo, reportagens do *The New York Times* traduzidas para o português, entre outros.

Ainda no final da década de 90, a UOL investiu US\$ 100 milhões para sua expansão no mercado latino-americano. Por meio da operação UOL Internacional, o site passou a ter versões na Argentina, México, Venezuela e Chile. Em 2002, o portal considerado a primeira empresa brasileira de Internet a ultrapassar os 1,5 milhão de assinantes.

Sobre o espaço destinado às notícias, o portal disponibiliza duas áreas: (1) a Folha Online, versão virtual do jornal Folha de S. Paulo que produz tanto conteúdos exclusivos quanto reaproveitamento de matérias publicadas no veículo impresso; (2) UOL Notícias, que possui Redação própria e também publica, eventualmente, matérias da agência de Notícias Reuters.

Em relação às pautas de moda, essas são abordadas no caderno “Ilustrada” (Folha Online) e nas seções “Entretenimento e “UOL Estilo” (UOL Notícias). Entretanto, encontrou-

se matérias sobre a “Daspu” apenas nas duas primeiras seções, sendo ausente reportagens sobre a grife de prostitutas no espaço do “UOL Estilo”.

5.1.2. O *Corpus*

Atendendo aos parâmetros estipulados na constituição do *corpus* acerca de período temporal, tipo de veículo e enfoque das matérias, foram identificadas, para análise, 16 reportagens sobre as coleções da “Daspu” nos portais iG, Terra e UOL. São elas:

Portal	Título/data da matéria
1. CHIC (iG)	Daspu: “nossa moda é para todo mundo” (12/01/2006)
2. CHIC (iG)	Celebração Daspu (13/01/2006)
3. TERRA	Daspu lança coleção primavera-verão em livraria (06/06/2007)
4. TERRA	Elke Maravilha desfila para a Daspu (22/01/ 2007)
5. TERRA	Nana Gouvêa faz <i>strip</i> em desfile de grife de prostitutas (13/06/2008)
6. TERRA	Travesti do caso Ronaldo desfila para Daspu (21/06/2008)
7. TERRA	Daspu lança coleção inspirada em botecos e salões de festa (28/07/2009)
8. FOLHA ONLINE (UOL)	Daspu desfila moda das prostitutas e ofusca Gisele (13/01/2006)
9. FOLHA ONLINE (UOL)	Daspu lança coleção em pré-estréia de filme espanhol no Rio (21/05/2007)

10. FOLHA ONLINE (UOL)	Grife de prostitutas apresenta coleção verão 2009 em SP (18/06/2008)
11. FOLHA ONLINE (UOL)	Daspu acusa Fashion Rio de preconceito e faz desfile paralelo (07/06/2006)
12. UOL	Daspu desfila em “borracharia” para homenagear caminhoneiros (09/06/2006)
13. UOL	Prostitutas da Daspu param o trânsito da rua Augusta em SP (11/04/2006)
14. UOL	Estilo Daspu ganha fôlego em parceria com designers de moda (13/06/2006)
15. UOL	Betty Lago desfila ativismo da Daspu no centro do Rio (14/01/2006)
16. UOL	Daspu faz desfile em pré-estréia de filme "Princesas" no Rio (13/05/2007)

Quadro 1 – Reportagens selecionadas para análise
 Fonte: elaboração própria

5.1.3. A análise categorial

Por ser passível de aplicação em uma gama diversificada de documentos – tais como entrevistas, reportagens, material publicitário, entre outros - a análise de conteúdo não possui um instrumental metodológico homogêneo, podendo ser efetuada por meio de diferentes técnicas e instrumentos de análise.

Entre as técnicas apresentados por Bardin (2000) encontram-se as análises **categorial** (divisão do texto em unidades e temas), **de avaliação** (foca-se não somente no tema, mas em seu juízo de valor), **de enunciação** (utiliza-se de técnicas sintáticas e para-lingüísticas para decifrar a produção da palavra), **de expressão** (avalia o tipo de discurso e as características do seu produtor), **das relações** (foca nas relações que os elementos do texto estabelecem-se entre si) e **do discurso** (aborda a condição de produção do discurso e seu sistema lingüístico)¹². Em comum, todas utilizam da inferência e da interpretação na busca por resultados.

No presente estudo, será utilizado como técnica a análise categorial a partir da associação de palavras. Segundo Bardin (2000), tal método é eficiente quando a finalidade é

¹² Para aprofundamento em relação aos tipos de técnicas da análise de conteúdo, ver Bardin (2000, p.151- 222)

estudar estereótipos e representações sociais referentes a certas profissões, países ou nomes próprios. Originalmente, esta técnica está vinculada a Psicologia Clínica, sendo utilizada em métodos de entrevista abertas e induzidas.¹³ Entretanto, o método é passível de ser aplicado em um *corpus* fechado, como no caso das reportagens jornalísticas.

A análise categorial por associação consiste em determinar um objeto referente (que pode ser um sujeito, um tema ou uma personagem) e reunir as palavras presentes no texto que fazem referências a ele. Para chegar a representações condensadas, é necessário, primeiramente, isolar as palavras identificadas em grupos de sinônimos ou próximos no nível semântico (exemplo: cavalo, espora, rodeio). Na seqüência, aponta-se a freqüência em que essas palavras apareceram no texto. Exemplo:

Americano	Freqüência da ocorrência
Cabelos loiros	(8)

Fonte: Bardin (2000, p. 53)

Em um segundo momento, classifica-se as unidades de significação em categorias e organizam-se as palavras em uma nova tabela. As categorias devem ser temáticas, podem ter como referencia elementos culturais, valores, atributos, entre outros. Nesse sentido, a análise categorial pode ser classificada tanto como de ordem quantitativa (por fundar-se na freqüência de aparição dos elementos da mensagem) quanto qualitativa (uma vez que as inferências são realizadas a partir do objeto referente).

A partir da categorização, é possível revelar uma ordem de estrutura interna presente no texto. Exemplo:

¹³ A análise categorial por associação de palavras é utilizada por Bardin (2000, p.51) como exemplo prático em um *corpus* de entrevistas abertas e induzidas: a partir de uma nacionalidade (americana ou chinesa), os entrevistados elaboraram associações livres.

Países	Caracteres físicos	Traços psicológicos	Traços socioeconômicos	Atributos simbólicos	Lugares geográficos	Pessoas de referência
América	Cabelos louros (8)	Descontração (4)	Grandeza (10)	Prédio (15)	Nova Iorque (9)	G. Ford (3)

Fonte: Bardin (2000, p.56)

O terceiro passo é a elaboração das inferências, formuladas após a divisão do texto em temas. As inferências podem ser avaliadas quanto à positividade do tema ou tendo como referencial as relações estabelecidas entre as categorias. Os temas identificados em um texto, por exemplo, podem ser incoerentes ou concorrentes entre si.

5.1.4. Os objetos referentes

Para analisar as representações sociais da prostituta veiculadas nas reportagens dos portais virtuais, serão utilizados três objetos referentes: a prostituta, sua vestimenta e a “Daspu”. Além dos três objetos serem os protagonistas das matérias sobre a grife, as suas caracterizações influenciam a composição da representação midiática da meretriz divulgada. Quanto à categorização das palavras que se encontram associadas aos objetos, essa será traçada a partir de temáticas específicas:

OBJETO	CATEGORIAS DE PALAVRAS
PROSTITUTA	(1) definição (2) aspectos socioeconômicos (3) aspectos comportamentais (4) aspectos físicos (5) locais de referência
VESTIMENTA	(1) cor (2) corte (3) tecido (4) atributos comportamentais (5) acessórios (7) aspectos socioeconômicos
DASPU	(1) aspectos socioeconômicos (2) aspectos comportamentais (3) sujeitos de referência (4) locais de referência

Quadro 2 – Categorias de palavras associadas s objetos referentes.
Fonte: Própria

Por sua vez, vale ainda destacar que as reportagens dos portais iG, UOL e Terra serão classificadas e analisadas em conjunto. Apesar dos veículos serem editorialmente diferentes, não é intenção da pesquisa traçar uma análise comparada, mas identificar, por amostragem, algumas das representações da profissional do sexo que circulam nesses espaços.

A escolha por não elaborar análises específicas para cada tipo de veículos, mas sim agrupá-los nas análises tendo a prostituta, as roupas e a “Daspu” como objetos, justifica-se pela disparidade no número de matérias encontradas nos sites: iG (2), UOL (9), Terra (5).

Essa diferença quantitativa poderia influenciar nos resultados obtidos durante a análise, não refletindo a realidade do fenômeno.

5.1.5 Objetivos da análise

Os objetivos da análise de conteúdo são os seguintes:

- Averiguar se a identidade reivindicada da prostituta apresentada nas roupas da “Daspu” possui permeabilidade na grande mídia quando interpretada pelo jornalista online.
- Revelar a origem das diversas marcas identitárias atribuídas à prostituta pelo jornalismo online;
- Analisar como os diferentes papéis exercidos pela mulher prostituta dialogam com sua identidade profissional.
- Pontuar o modo como é estabelecida a relação de alteridade entre a prostituta com os demais grupos sociais.

5.2. Análise prática

5.2.1. A prostituta

5.2.1.1 Atributos

Tabela 1 – Frequência dos atributos de mesmo nível semântico associados à prostituta.

ATRIBUTOS	N	Σ
Prostituta	42	
Garota de programa	4	
Menina	4	52
Putas	1	
Profissional do sexo	1	
Param o trânsito	3	
Seguidas / arrastam fotografos	2	
Fazem barulho	1	8
Atraem a atenção	1	
São as mais encontradas	1	
São diferentes [da não-prostituta], da atriz, da modelo, da rainha	6	7
Tem algo que demonstra [sua condição]	1	
Zona [de trabalho, de batalha]	3	
Casas de massagem	1	5
Boates	1	
É profissão, profissional	4	5
Trabalham	1	
Faz/criam moda	3	5
Tem estilo	2	
Resistência	2	4
Afirmação	2	
Rua	3	4
Praça	1	
Igual à atriz, às outras mulheres [não-prostituta]	3	4
Profissão como qualquer outra	1	
Não tem vergonha	1	3
Sem limites	1	
Vão a qualquer lugar	1	
Corpo	2	3
Peito	1	
Letreiros de neon,	1	2
Noite	1	
Abordada nas Artes	2	2
Alegre, feliz	2	2
Sexy, sensualidade	2	2
Mistura cores, usa cores	2	2
Possuem segredos	1	2
Histórias pessoais	1	
Rainha	1	2
Princesa	1	

Fonte: Própria

5.2.1.2 Categorização

Tabela 2 – Categorização e frequência dos atributos associados à prostituta

CATEGORIAS	ATRIBUTOS	N	Σ
NOMEAÇÃO	Prostituta	42	53
	Garota de programa	4	
	Meninas	4	
	<i>Stripper</i>	1	
	Profissional do sexo	1	
	Putá	1	
TRAÇOS COMPORTAMENTAIS	Fazem sucesso	9	31
	Faz moda, estilo	5	
	Resistência, afirmação	4	
	Sem vergonha, sem limites	3	
	Sensualidade	2	
	Cores	2	
	Histórias, segredos	2	
	Rainha, Princesa	2	
	Alegria	2	
TRAÇOS SÓCIOECONÔMICOS	Diferente [da não prostituta]	7	19
	Profissional	5	
	Igual a não-prostituta	5	
	Abordada nas Artes	2	
LOCAIS DE REFERÊNCIA	Ruas, praças	4	11
	Zona	3	
	Da noite	2	
	Casa de massagem	1	
	Boate	1	
ATRIBUIÇÕES FÍSICAS	Corpo	2	3
	Peito	1	

Fonte: Própria

5.2.1.3 Inferências

A representação midiática da prostituta que é constituída a partir de atributos associados à figura das profissionais do sexo apresenta dois elementos antagônicos. Primeiramente, a meretriz é retratada como detentora de aspectos sociais e comportamentais genuínos da sua condição para, em um segundo momento, ocorrer uma aproximação simbólica com as demais mulheres não-prostitutas.

Quanto à afirmação das singularidades das profissionais do sexo, no âmbito comportamental é considerado genuíno destas uma postura sensual. Em entrevista ao iG, Leite sintetiza tal aspecto afirmando: “O que temos é um [...] um conceito mais sexy, uma sensualidade que é da prostituta” (WAKABARA, J. 2006). O deslocamento do sexo da performance exercida no ambiente de trabalho para a essência da meretriz vem acompanhado de outro elemento recorrente no *habitus* da profissão: a opção pelo uso de roupas com cores fortes e chamativas.¹⁴ Ambas características ajudam a compor o que seria o “estilo” singular da prostituta.

Por sua vez, na esfera social, a prostituta também é representada como detentora de elementos diversificados que os diferem das não-prostitutas, sendo esses localizados em oposição às donas de casa, modelos e atrizes. Ao longo das reportagens, nem sempre esses atributos que distingue a mulher da vida das demais trabalhadoras são especificados. Entretanto, algumas explicações podem ser encontradas nas falas das profissionais do sexo e dos estilistas da “Daspu” selecionadas pelo jornalista online para compor as matérias.

Quando localizadas em oposição às modelos e as *top models*, a prostituição é tida como uma profissão “democrática” no ponto de vista físico, uma vez que supostamente abrangeria mulheres “magras, as gordas, as velhas e as jovens”. Nesse contexto, a pluralidade de tipos físicos femininos associados à identidade da prostituta estabelece-se em oposição ao estereótipo da modelo de passarela, na qual a magreza é salientada por distorção (ou seja, um atributo recorrente da profissão de *top model* é representado de forma exageradamente acentuada).

¹⁴ Essas duas características (sensualidade e cores chamativas) serão abordadas com uma maior profundidade no tópico seguinte, uma vez que aparecem melhor definidas quando associadas às vestimentas das profissionais do sexo.

Outra diferenciação social da prostituta frente a não-prostituta pode ser vista quando a mesma é comparada à rainha. Em entrevista a UOL, uma das estilistas idealizadoras da coleção “Cruzadas: entre o botão e a espada”, explicou a presença da coroa nas roupas da grife: “A coroa representa o universo da rainha e quando a imagem é virada se transforma no peito, que faz parte do corpo. E o universo delas [prostitutas] está no corpo” (TORRES, G. F. apud PALERMO, M. P., 2008).

Para a estilista, a singularidade da prostituta é constituída na sua suposta valorização do corpo, enquanto o universo da soberana é retratado como vinculado à coroa. Nesse caso, o que merece destaque é o entendimento do corpo como lugar privilegiado da subjetividade da mulher prostituta. Como frisa Sant’anna (2002, p.102), se “durante séculos a humanidade destinou à alma o lugar da identidade humana, na ordem tecnocientífica é o corpo que exercerá essa função”.

Cabe aqui ainda ressaltar uma referência implícita da histórica dicotomia entre cabeça/corpo razão/emoção. Para as soberanas, tal diferenciação era afirmada simbolicamente por meio da vestimenta, como a gola branca usada por Elizabeth I (1533-1603), que isolava sua cabeça do resto do corpo e deixava a coroa em destaque.

Se todos esses elementos de diferenciação ajudaram a construir a representação da prostituta por meio de uma dinâmica de alteridade com outros grupos sociais (“eu sou *isso* porque eu não sou *aquilo*”), não menos relevantes são as similitudes estabelecidas entre a meretriz e as mulheres que exercem outras atividades profissionais.

Na esfera social, a prostituta é aproximada dos demais grupos sociais por compartilhar de elementos identitários comuns à mulher não-prostituta. Segundo Leite, a meretriz utiliza peças de roupas similares às “patricinhas” (WAKABARA, 2006a), podem ser elegantes como as *socialites* que freqüentam a “Daslu” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2006) e fazem uso de decotes “normais”, como as mulheres não-prostitutas que gostam de se sentir desejadas (WAKABARA, 2006a). Nesse mesmo raciocínio, a atriz Betty Lago nivela meretriz e atriz por ambas aturarem clientes desagradáveis (WAKABARA, 2006b). A razão por se evocar tantos paralelos entre mulheres de campos sociais distintos é encontrada na própria fala de Lago, que sintetiza: “Putá é uma profissão como qualquer outra”.

Além do antagonismo presente na simultânea afirmação e negação das singularidades da prostituta, merece destaque na esfera de aspectos comportamentais a construção de uma representação de prostituta integrada à sociedade. A posição pouco privilegiada da prostituta

no macrocosmo social é subvertida simbolicamente a partir de uma auto-referencialidade dos meios de comunicação de massa: a meretriz é descrita como desejada por profissionais da mídia, como fotógrafos e jornalistas. Como visto em Bourdieu (2002), a mídia é um sistema capaz de atribuir sentido à realidade social, ou seja, é detentora de poder simbólico e possui a capacidade de agregar capital àqueles sujeitos que retrata. A mídia, entretanto, possui crivos e critérios de noticiabilidade, que hierarquizam aqueles acontecimentos que possuem valor para serem transformados em notícia. Nesse sentido, ser *desejada*, *escolhida* ou *seguida* pelos profissionais da mídia - como é a prostituta segundo descrição dos textos – é sinônimo de *status* e de capital simbólico.

Na contramão do estigma sofrido pela prostituta na sociedade brasileira contemporânea, que faz referência a suposta falta de governabilidade do seu corpo ao fazer uso do sexo como instrumento de trabalho, a representação midiática da meretriz é construída como “não tendo vergonha” da sua condição. A prostituta é retratada como um “modelo de resistência”, apesar de não ser especificado do que, propriamente, ela resiste.

Nesses dois casos há um referencial implícito do preconceito moral sofrido pela prostituta, o único presente nas palavras associadas às profissionais do sexo ao longo das reportagens. Isso porque para um grupo social resistir, subentende-se a existência de uma força posicionada de modo antagônico a ele, configurando uma situação social em que seja necessária “afirmação” ou “luta pela cidadania” (palavras que aparecem com frequência significativa nos atributos associados à prostituta).

Sobre os traços comportamentais, merece ainda reflexão a associação de histórias e segredos à representação das profissionais do sexo. Como apontou Gaspar (1985, p.119), tais aspectos estão geralmente relacionados à performance profissional das garotas de programa, que fazem uso da omissão e da manipulação de informações para resguardar sua história de vida ou satisfazer clientes. Não raro, essas histórias e segredos são interpretados por clientes e senso comum como mentiras. Segundo a autora, as garotas de programa:

Afirmam que não mentem para todo mundo nem para todos os clientes, mas apenas para aqueles que exigem esse comportamento com o intuito de satisfazer suas fantasias (...). A mentira é uma maneira de manter a interação como cliente, um instrumento de trabalho. (GASPAR, 1985, p.119-120)

Em relação aos locais de referência, nota-se no *corpus* a construção de uma representação midiática da prostituta cuja profissão é exercida somente via *trottoir* ou em

ambientes fechados (zonas, boates e casas de massagem). Dessa forma, exclui-se uma terceira categoria de profissionais do sexo: as acompanhantes ou *call-girls*, que anunciam seus serviços via classificados dos jornais. Conforme apontei em trabalho anterior sobre a prostituição desenvolvida em Bauru (VALLE, 2006), o sexo pago aparece nos grandes centros nas ruas, casas de tolerância e anúncios de serviços. Cada ambiente proporciona níveis de sigilo diferenciados, que influencia no valor cobrado pelo programa, sendo a rua e as zonas mais baratas quando contrapostas com o sexo anunciado. Nesse sentido, a prostituta construída pelas matérias selecionadas não são profissionais “de luxo”, mas populares.

O último aspecto que pode ser levantado sobre a representação midiática da prostituta diz respeito à forma como ela é construída. Segundo Foucault (1988) o discurso do sexo é submetido a protocolos para ser manifestado na esfera pública. Durante as reportagens, quando é atribuído poder de fala a prostituta ou há a utilização de palavras para caracterizar a mesma, expressões e gírias foram filtradas e as enunciações controladas. Ao final, pouco resta de referências explícitas a verdadeira atividade da prostituta: a troca do sexo por um correspondente financeiro.

Um exemplo pode ser notado nos sinônimos utilizados para caracterizar as meretrizes. Entre as 53 palavras usadas ao longo das 16 reportagens para dirigir-se a essas profissionais, há apenas uma referência ao termo “puta”, expressão de uso comum no campo da prostituição. Dessa forma, pode-se concluir que a construção da personagem prostituta é nada mais do que uma “organização do silêncio” (FOUCAULT, 1988). Silêncio, esse, que é reflexo de um poder polimorfo, presente tanto no que se diz quanto nas diferentes maneiras de não dizer.

5.2.2 A vestimenta

5.2.2.1. Atributos

Tabela 3 – Frequência dos atributos de mesmo nível semântico associados à roupa da prostituta

ATRIBUTOS	N	Σ
Coloridas, saturada, tons vivos	5	
Verde	4	
Dourado, amarelo	4	
Amarelo-limão, verde-limão	2	20
Azul [turquesa, royal]	2	
Pink	1	
Roxo	1	
Laranja	1	
Inspirada em obras do cinema, música e pintura	16	18
Putá Arte	2	
“Entre a espada e o botão”	5	
Sensualidade	2	
CopaSacana	2	
69	2	
Camisinha	2	19
Lingerie	2	
Seios de fora	1	
Sexualidade	1	
Prazer	1	
Silhueta de mulher	1	
Mini, curto, micro	7	
Decotado, colo à mostra	6	14
Tomara-que-caia	1	
Criam respeito, auto-estima	3	
Luta, batalha, combate	3	9
Bandeira, ativismo	2	
Mudam atitudes	1	
Folia, Carnaval, parangolés, paetês	5	
Festa,	1	7
Da farofa ao caviar	1	
Lanchonete, copos, toalhas de mesa, modelagem-avental	4	6
Botecos	2	
Caminhoneiros, caminhão	3	
Borracharia, macacão	3	6
Preto	5	5
Inspirada na prostituta [dia-a-dia]	5	5
Coroa	4	4
Lilás	2	
Branca	1	4
Verde-água	1	
Vermelho	4	4
Provocativas, ousadas	2	3
Ironia	1	
BR	1	
Seleção brasileira	1	3
Ser brasileiro	1	
Malha	3	3
Justo, rente ao corpo	3	3
Decote normal, menor do que outros	2	2

Fonte: Própria

5.2.2.2 Categorização

Tabela 4 – Categorização e frequência dos atributos associados à roupa da prostituta

CATEGORIAS	ATRIBUTOS	N	Σ
ATRIBUTOS SOCIOECONÔMICOS	Prostituta nas Artes	18	44
	Botecos, lanchonete	6	
	Caminhoneiros, borracharia	6	
	Carnaval, festa	6	
	Dia-a-dia da prostituta	5	
	Brasil, brasileiro	3	
ATRIBUTOS COMPORTAMENTAIS	Sensualidade	19	33
	Batalha, luta	11	
	Irônica, ousada	3	
COR	Cores vivas	20	33
	Preto	5	
	Vermelho	4	
	Tons claros	4	
CORTE	Curto	14	19
	Justo	3	
	Decote “normal”	2	
ACESSÓRIO	Coroa	4	4
TECIDO	Malha	3	3

Fonte: Própria

5.2.2.3 Inferências

Sobre a representação da meretriz constituída por meio da atribuição de características às suas roupas, merece destaque a associação de vestimentas que revelam o corpo feminino com o uso de cores fortes.

A combinação de cores vivas, tais como amarelo, roxo e verde-limão, é classificada por Gabriela Leite como sendo elemento genuíno da sua condição profissional de prostituta, diferenciando-a dos demais grupos sociais, como as “patricinhas”, e sua roupa daquelas “vistas nas vitrines dos shoppings” (WAKABARA, 2006a). Essa característica estética faz parte do *habitus* compartilhado no campo da prostituição e se apresenta manifesta principalmente entre as profissionais do sexo adeptas do *trottoir* noturno, facilitando a interação com o cliente. Nessa modalidade de prostituição, as peças coloridas possuem as funções objetivas de atrair os homens que transitam pelas regiões de meretrício da cidade e de diferenciar a prostituta das mulheres não-prostituta.

A vinculação da prostituta com o uso de determinadas cores, entretanto, não permanece unicamente restrita ao espaço no qual se constituem as relações entre as profissionais do sexo. Esse é o caso do uso do vermelho, cuja atribuição como marca identitária da meretriz também se mostra presente em outros campos sociais que não o da prostituição, podendo ser identificada por meio de inúmeros registros históricos. Nos trechos bíblicos, por exemplo, o uso das cores vermelha e púrpura tinha por objetivo localizar socialmente as meretrizes da Roma cristã. Essas se vestiam de “púrpura e escarlata, adornada de ouro, de pedras preciosas e de pérolas, tendo na mão um cálice de ouro transbordante de abominações e com as imundícias da sua prostituição” (Apocalipse 17:4).

No campo das artes, a presença do vermelho na representação da prostituta também pode ser vista na imagem de Maria Madalena feita por Leonardo DaVinci (1515) e na tela “As cinco prostitutas” de Picasso (1907). Entre as referências contemporâneas, um exemplo clássico é o figurino utilizado pela atriz Júlia Roberts nas imagens de divulgação do filme “Uma linda mulher” (*Pretty Woman*, 1989), na qual a personagem prostituta aparece caracterizada com uma regata pink, minishorts e bota preta plastificada.

Quanto ao uso de peças que deixam o corpo da prostituta à mostra, este está vinculado a um segundo atributo tido como elementar da profissional do sexo: a sensualidade. Essa representação da meretriz como mulher fatal é notada no próprio discurso das prostitutas, como visto na entrevista de Gabriela Leite durante a reportagem “Nossa moda é para todo mundo” (WAKABARA, 2006a). Assim como ocorre com as roupas de cores vivas, a explicação para o uso de peças insinuantes também se localiza no modo como o contrato entre prostituta e cliente é travado. A roupa tem por objetivo seduzir o cliente durante o contato visual, de modo que a aproximação física já indique um aceite para a efetivação do programa.

A partir da identificação desses atributos – uso de roupas coloridas e a utilização de peças sensuais - é possível notar que as representações da prostituta construídas pela mídia e que irão influenciar futuramente o imaginário coletivo também dependem das imagens que já habitam esse imaginário. Assim como o sujeito social molda sua identidade em relação ao outro, o perfil da prostituta construído nas reportagens do jornalismo online sobre a “Daspu” é estabelecido na relação com a prostituta do passado. Em outras palavras, as representações da prostituta veiculadas pelo conteúdo midiático não apenas produzem, mas também reproduzem marcas identitárias já estabelecidas. Como frisa Jodelet (2001, p.21), as representações sociais “apóiam-se em valores variáveis – segundo os grupos sociais de onde tiram suas significações – e em saberes anteriores, revivados por uma situação particular”.

A utilização de representações que já circulam na sociedade na composição das representações midiática também é notada na vinculação da profissional do sexo a bares e locais festivos, manifestadas nas roupas que remetem a copos, lanchonetes e salões de festa e presente nas entrevistas com os estilistas responsáveis pela coleção. Tanto o *trottoir* noturno quanto a prostituição travada em locais fechados desenvolve-se tradicionalmente em ambientes boêmios. Em alguns locais do Brasil, a própria caracterização de zona de meretrício é estabelecida em ambientes noturnos de celebração, como no caso da Zona Boemia, de Belo Horizonte (MG), que é composta por pequenos hotéis, botecos, casas de show e lanchonetes. Por sua vez, a representação da prostituta boêmia dialoga com a caracterização da mesma como personagem “da noite”, presente na tabela 2 sobre os atributos associados à meretriz.

A relação da prostituta com festividades também aparece nas análises do corpus relacionado ao Carnaval, por meio do uso de paetês e vestimentas de parangolés. Nesse caso, a associação da prostituição com a “festa da carne” tem como pano de fundo a própria importância do sexo dentro da festividade. Incorporado no calendário dos países cristãos, o Carnaval antecede a Quaresma, 40 dias de jejum contados a partir da Quarta-feira de Cinzas até a Páscoa. Em contraste com a Quaresma, período de privação e abstinência, os dias que antecedem a Quarta-feira de Cinzas são marcados pela busca dos prazeres, tais como bebida, comida e sexo.

Em relação aos aspectos sociais da representação construída por meio da vestimenta da meretriz, uma terceira faceta diz respeito a sua incorporação no mundo das artes. Nas

matérias selecionadas, tais atributos aparecem com o maior índice de frequência, perdendo apenas para o uso de cores vivas.

Ao longo dos séculos, as mulheres da vida foram temas de pinturas, xilogravuras, desenhos, filmes e canções que interpretavam as prostitutas e a própria prostituição. Apesar de ser pouco explorada e registrada nos dias de hoje, essa representação da prostituta integrada aos campos cultural e intelectual também não é inédita: ela possui como referencial simbólico a figura da hetaira, cortesã do renascimento italiano na qual:

[...] os mitos masculinos encontram sua mais sedutora encarnação: ela é, mais do que qualquer outra, carne e consciência, ídolo, inspiradora, musa; pintores e escultores querem-na como modelo; ela alimenta os sonhos dos poetas; é nela que o intelectual explora os tesouros da “intuição feminina” [...]. (BEAUVOIR, 1980b, p.337).

A hetaira apresentava ainda características singulares que a diferenciava tanto das outras mulheres da Antiguidade quanto das prostitutas de castas menores. Primeiramente, sua autonomia econômica garantia a ela uma liberdade não gozada pelas matronas ou mesmo pelas freiras. Assim como é abordado numa frase estampada nas camisetas da “Daspu” que afirma “mulheres boas vão para o céu, mulheres más vão a qualquer lugar”, a independência financeira da hetaira proporcionava igualmente uma autonomia enquanto sexo, uma vez que não havia necessidade de submissão a uma figura masculina.

Do mesmo modo como as prostitutas brasileiras contemporâneas, muitas hetairas não ficaram restritas ao seu papel de musa inspiradora, tornando-se ativas na produção de obras artísticas. Na Grécia Antiga, era comum as prostitutas serem poetisas, pintoras, cantoras ou manejarem instrumentos musicais.

Segundo Beauvoir (1980), o nível de autonomia exercido pela hetaira era compartilhado apenas por outra mulher durante a baixa Antiguidade: as rainhas, cujo poder soberano sobressaía a sua condição de segundo sexo. O símbolo maior de soberania e independência das mulheres chefes de Estado era a coroa, também vista como acessórios e estampa nas coleções da “Daspu”, sendo ainda complementadas por meio do uso das iniciais “PU”.

Longe de ser arbitrário, o resgate da hetaira nas roupas da “Daspu” tem por finalidade representar a meretriz como profissional integrada a outros campos da sociedade que não o da prostituição. Como visto nos capítulos anteriores, representações semelhantes já eram

anteriormente vistas no periódico “Beijo da Rua” e nas discussões presentes no interior do movimento de prostitutas nas décadas de 80 e 90. Sua divulgação em larga escala na sociedade por meio do aparato do jornalismo online, entretanto, sinaliza o primeiro indicio de permeabilidade de uma representação particular da prostituta (ou seja, anteriormente circunscrita ao espaço da prostituição) nos meios de comunicação de massa.

Dos atributos sócio-comportamentais associados às roupas das prostitutas, outro que merece destaque é a relação da meretriz com os caminhoneiros. Elementos como borracharia, macacão, pneus e caminhão foram resgatados para homenagear aqueles que são classificados nas matérias como “os melhores clientes” da profissional do sexo (DOMINGOS, 2006). Tal homenagem faz referência ao desenvolvimento da prostituição nas estradas e rodovias brasileiras desde as primeiras construções, na década de 20. Longe de casa (e das esposas) durante semanas, os caminhoneiros buscam relações casuais com prostitutas, que fazem pontos em postos de gasolinas e zonas localizadas nas beiras das estradas.

Entretanto, cabe aqui ressaltar que o surgimento de pontos de meretrícios em locais de fluxo de viajantes já era visto no Brasil durante o final do século XIX, principalmente após a implantação das ferrovias. Um exemplo eram as pensões de moças e as casas de coristas presentes no interior do Estado de São Paulo, como o cabaré “Maxim”, de Bauru (SP). Essas atraíam comerciantes, caixeiros viajantes, estudantes que vinham dos grandes centros visitar a família e outros profissionais autônomos (MELLO, 2002).

A última faceta da prostituta identificada por meio das vestimentas é a da militante, que por vezes também se confunde com a imagem de mulher trabalhadora. Assim como no caso da hetaira, a vinculação dessa representação à prostituta brasileira possui sua origem vinculada ao movimento de prostitutas do Brasil, tendo marcado profundamente a relação que a profissional do sexo estabelece com a sua ocupação. A configuração dessa representação midiática é manifestada por meio na ênfase de uma postura ativa e que visa mudanças sociais (criam respeito; criam auto-estima; levantam bandeira; mudam atitudes; ativismo).

Ela ainda estabelece-se de modo antagônico ao estigma da prostituta que, ancorado na passividade, entende o exercício da prática como fraqueza de espírito, pouco controle do sexo e falta de moral. A “atividade” afirmada na representação social como marca identitária da profissão de prostituta também é apresentada por meio de palavras e peças que reportam a “batalha”. É o caso do predomínio de referenciais as camisetas e malharias. Apesar desse tipo de peça e tecido não serem tradicionalmente tidos como sensuais ou femininos – uma vez que

não valorizam as formas das mulheres – ambos aparecem contextualizados como parte do “dia a dia” profissional da prostituta, sendo associados a frases politizadas.

5.2.3. A “Daspu”

5.2.3.1 Atributos

Tabela 5 – Frequência dos atributos de mesmo nível semântico associados à “Daspu”

ATRIBUTOS	N	Σ
Criada/formada por prostitutas/garotas de programa	9	16
Moda / grife de prostitutas	7	
Teatro [Satyros, Paula Cohen, cenógrafo, Circo Voador]	4	14
Cinema [Fernando Leon de Aranoa, no saguão do]	4	
Artes plásticas [Toulouse-Lautrec, Picasso; Lazar Segall]	3	
Literatura [“Navalha na Carne”, Plínio Marcos, livraria]	2	
Música [Chico Buarque]	1	
Marca	7	13
Grife	6	
Criada por ONG	8	12
Projeto social	2	
Prevenção de DST/Aids	2	
Sucesso, lota a boate, vende	3	9
Ofusca/se mete com Gisele Bündchen	2	
Holofotes/ atenção	2	
Compete com a Daslu	1	
Ganhou fôlego	1	
Batalha, luta, ataca, contra-ataca	5	
Auto-estima	2	
Ativismo	1	
Contra o estigma	1	
ONG “Davida”	9	9
Praça	5	8
Centro	3	
Samba [escola, Unidos da Tijuca, Vai-Vai]	5	8
Nana Gouveia [<i>habitué</i> do Carnaval]	2	
Carnaval	1	
Rio de Janeiro	7	7
Estilistas	4	7
Betty Lago [“ícone da moda”]	3	
Faz chorar, emociona	7	7
Gabriela Leite [coordenadora, presidente, fundadora, diretora]	6	6
Platéia democrática/anárquica	3	6
Não tem primeira fila/área vip	2	
Faz moda para todo mundo	1	
Polêmica	4	4
Off/às avessas/ anti-Fashion Rio	3	4
Paralelo	1	

Humor	2	
Ironia	1	4
Animada	1	
Carnaval	2	
Celebração, festa	2	4
Denigre, deboche	2	2
Estilo	1	
Modelos incríveis	1	2
69	1	
Sedução	1	2
Sofre preconceito	2	2

Fonte: Própria

5.2.3.2 Categorização

Tabela 6 – Categorização dos atributos associados à “Daspu”

CATEGORIAS	ATRIBUTOS	N	Σ
ATRIBUTOS SOCIOECONOMICOS	Retratada nas Artes	14	
	Marca, grife	13	
	ONG, projeto social	12	
	Batalha, ativismo	9	56
	Democrática	6	
	Sofre preconceito	2	
SUJEITOS DE REFERÊNCIA	Criada por prostitutas	16	
	ONG “Davida”	9	
	Samba	8	46
	Estilistas, Betty Lago	7	
	Gabriela Leite	6	
ATRIBUTOS COMPORTAMENTAIS	Sucesso, chama a atenção	9	
	Emociona, faz chorar	7	
	Polêmica	4	
	Off-fashion Rio	4	
	Humor, ironia	4	38
	Carnaval, festa	4	
	Denigre, deboche	2	
	Estilo	2	
	Sensualidade	2	
LOCAIS DE REFERÊNCIA	Rio de Janeiro	7	
	Praça	5	15
	Centro	3	

Fonte: Própria

5.2.3.2 Inferências

A representação da prostituta construída por meio das categorias associadas à “Daspu” retrata a profissional do sexo como um sujeito ativo no macrocosmo social e em constante interação com campos externos ao da prostituição, como o da moda, o das Artes, o social e etc. Primeiramente, é clara a atribuição da origem da “Daspu” como sendo uma grife exclusivamente criada *pelos* profissionais do sexo, e não somente voltadas para mesma (o que poderia configurar um caráter assistencialista). Deste modo, há uma sobreposição da figura da prostituta quanto protagonista da sua própria história em relação ao estereótipo de mulher marginalizada (portanto, passiva) criado pelo senso comum. O combate a essa suposta passividade social que se faz presente no estigma das mulheres da vida também é salientado por meio da associação da prostituta a inúmeros atributos bélicos, tais como batalha, ataque, contra-ataque, luta, entre outros.

O uso de atributos para demarcar o protagonismo da mulheres da vida no macrocosmo social pode ser ainda localizado historicamente como reflexo dos movimentos sociais pós-feministas da década de 70. Segundo Ecostesguy (2001, p.8), o feminismo, ao aportar no Contemporary Cultural Studies (CCCS) possibilitou o entendimento das ações particulares como políticas, da relação da sexualidade e das questões de gêneros com o poder, entre outros. Essas novas perspectivas marcaram a agenda dos demais movimentos sociais que se organizaram posteriormente, como o homossexual, o negro e de prostitutas. Como corrobora Silva J. (2004), esses novos grupos vão passar a questionar o papel dos “sujeitos históricos universais” (homens, brancos, cristãos) para reivindicar para si a condição de sujeitos históricos, tornando-se ativos na promoção dos seus discursos. Em outras palavras, esses grupos minorizados vão se esforçar para registrar e recontar a sua história a partir do seu ponto de vista.

Os vínculos estabelecidos entre a prostituta e os demais espaços sociais também são, em linhas gerais, ilustrados de forma bastante positiva. Assim como visto nas análises anteriores, no campo das artes resgata-se a figura da prostituta hetaira, que é simultaneamente musa inspiradora e artista. Já no campo da moda, as inúmeras referências ao capital simbólico gozado pela prostituta nesse espaço social garantem às profissionais do sexo uma posição social privilegiada. A metodologia utilizada é por meio da associação da prostituta a nomes de

peso no panorama fashion nacional (estilistas, Betty Lago, Daslu) e mundial (Gisele Bündchen), que transferem seu capital simbólico a ela.

Apesar de ser retratada como bem integrada ao campo da moda, há ainda referências a “Daspu” como uma marca de origem marginal. Ao contrário das grifes de peso, a “Daspu” não desfila no *Fashion Rio*, considerado um dos principais eventos da agenda da moda brasileira, limitando-se apenas em promover seus lançamentos seguindo o mesmo calendário oficial.

Aquilo que poderia configurar com um baixo capital no campo da moda e uma exclusão da prostituta desse espaço social, entretanto, é revertido nas reportagens como uma afirmação de singularidade. Segundo Bourdieu (1983) sobre o campo da alta costura, um dos indicadores de capital da marca é sua distinção, que garante uma aura de raridade ao produtor que, conseqüentemente, se estende ao artigo produzido. Ao ser tida como “off-*Fashion Rio*”, “anti-*Fashion Rio*” ou “*Fashion Rio* às avessas”, a “Daspu” conquista crédito por meio da sua diferenciação das demais grifes.

Como aponta ainda o sociólogo francês, essa estratégia de acúmulo de *status* por meio da afirmação da diferença é um dos inúmeros artifícios utilizados pelas grifes estreadas em oposição às marcas antigas, que monopolizam o capital do campo. Esse artifício tem por objetivo desvalorizar o principal atributo das marcas consagradas: a tradição.

Os recém chegados possuem estratégias de subversão orientadas para uma acumulação de capital específica que supõe uma inversão de mais ou menos radical do quadro de valores, uma redefinição mais ou menos revolucionária dos princípios da produção e da apreciação dos produtos e, ao mesmo tempo, uma desvalorização da capital detido pelos dominantes (BOURDIEU, 1983, 155).

A localização da grife de prostitutas em oposição ao “*Fashion Rio*” também potencializa a dicotomia “pobre contra ricos” fomentada pela mídia em relação ao embate da marca de prostitutas com a loja de roupas de luxo “Daslu”. Por manipularem marcas renomadas, muitas delas internacionais, tanto a “Daslu” quanto o “*Fashion Rio*” circulam no imaginário popular como sendo um local *para poucos*.

Quando retratada como uma marca popular, a “Daspu” subverte a noção de moda como espaço elitizado, ganhando *status* democrático: a moda, até então um espaço de ricos, torna-se acessível para mulheres negras, pobres e marginalizadas, que ostentam uma estética de periferia. Nas matérias selecionadas, o caráter democrático da marca de prostitutas pode

ser notado por meio da associação de atributos como “não tem primeira fila” e “faz moda para todo mundo”. Tais atributos não são rejeitados pelo campo da moda, mas também interpretados como um diferencial que garante capital simbólico a marca estreada.

O status de marca democrática que ronda à imagem da “Daspu” nas matérias selecionadas também reflete outra característica da grife de prostitutas: a empatia. A marca que faz moda para todo mundo é capaz de “chamar a atenção” e de “emocionar a platéia”. Respectivamente, tais atributos são os mais recorrentes na categoria de aspectos comportamentais e podem ser interpretados como frutos de extrema identificação entre grife e público.

Em relação à sua localização na sociedade, a “Daspu” e suas prostitutas aparecem cercadas por referenciais de atuação social, principalmente nas áreas de saúde e de prevenção a doenças sexualmente transmissíveis. Por meio da promoção da camisinha, há um incentivo ao bom uso do sexo e às condições favoráveis para a sua prática. Esse desenvolvimento de um modo de viver cujas formas e escolhas são determinadas pela boa administração do corpo garante à prostituta um vínculo com a preservação da vida.

Longe de ser um posicionamento arbitrário, o uso da vida como um objetivo político é influenciado pela ação do biopoder. Por meio da promoção da vida, a “Daspu” atenua a representação social que vincula as relações sexuais sem finalidade procriativa com a morte do indivíduo, uma vez que o sexo casual significa o desperdício de energia vital do corpo, extermínio da descendência legítima e vulnerabilidade a contaminação. Ao final, o artifício de fazer de subverter a prostituta enquanto representante da morte para uma agente social em prol *da vida* acaba servindo como legitimação social tanto da grife quanto das prostitutas.

Por fim, é notada nas reportagens dos portais virtuais uma omissão da condição de profissional do sexo de Gabriela Leite, um dos principais sujeitos de referência da “Daspu. Nessas, a fundadora da ONG Davida é apresentada ao público como “coordenadora”, “idealizadora” ou “diretora da entidade”. Em nenhum momento, entretanto, há uma referência explícita de Gabriela Leite como sendo ex-prostituta ou militante do movimento de meretrizes brasileiras.

Uma possível explicação para tal fato é vista na obra de Foucault (1988), que aponta a exigência, por parte do poder, de uma qualificação dos interlocutores e a decodificação do conteúdo discursivo para falar-se de sexo nas instituições coletivas. Nesse sentido, a prostituta é representada como não sendo suficientemente graduada para tomar a palavra naquilo que

diz respeito ao seu dia a dia, apesar dos inúmeros referenciais positivos de autonomia vinculados à sua profissão que se encontram presentes nas matérias.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise da representação social de um grupo minorizado veiculada no campo das mídias, a pesquisa desenvolvida permite traçar algumas considerações que podem contribuir para os estudos acadêmicos em comunicação.

Primeiramente, é possível apontar similaridades entre as análises interpretativas dos atributos associados à prostituta, à vestimenta da prostituta e à “Daspu”. Nos três objetos referentes, a representação de prostituta construída é a de um sujeito ativamente inserido nos demais campos que não somente o da prostituição, tais como o das artes (“é inspiração de músicas, filmes e pinturas”), o da moda (“tem estilo”, “faz moda”, “usa cores vivas”) e o social (“ONG”, “prevenção à DST”, entre outros). Há ainda associações de atributos à figura da profissional do sexo que a caracterizam como uma mulher alegre (“carnaval”, “festa”), boêmia (“noite”, “botecos”) e, principalmente, trabalhadora. Nessa última, merecem destaques a afirmação da prostituição quanto profissão a partir das suas similitudes com outras atividades ocupacionais femininas (atriz, modelo) e do uso de atributos que configuram seu trabalho como espaço de batalha e luta.

Longe de serem inéditos, esses atributos vinculados à prostituta que se encontram atualmente em circulação nos portais virtuais podem ser notados anteriormente nas ações midiáticas do movimento de prostitutas brasileiras, tais como a “Daspu”, o tablóide “Beijo da Rua” e a personagem “Bebel” (como apresentado no capítulo quatro). Por esse motivo, é possível afirmar que a identidade de prostituta reivindicada pelo movimento e presente nas suas ações midiáticas particulares possui permeabilidade na grande mídia, mesmo quando interpretadas pelo jornalista online.

Por ser de certo modo reflexo das demandas por reconhecimento administradas pelas profissionais do sexo militantes, a representação midiática da prostituta veiculada nos portais virtuais selecionados faz frente aos estereótipos elaborados pelo senso comum. Nesses, a meretriz é tradicionalmente retratada como vítima de uma condição socioeconômica desfavorável e detentora de desvios comportamentais que procuram justificar seu ingresso em uma profissão que nega os fatores motivacionais da sociedade contemporânea, tais como o emprego legítimo em tempo integral, o sexo regulado visando à vida e a divisão dos papéis sociais de acordo com o gênero.

Dessa forma, a representação midiática da prostituta combate os estereótipos populares das meretrizes em pelo menos três aspectos: a suposta “passividade” em relação à vida, a constante vitimização por parte dos outros segmentos da sociedade e a pouca governabilidade de si.

No primeiro caso, a passividade social da prostituta é construída pelo estereótipo por meio da extensão da sua passividade sexual. Há uma vinculação do “trabalho” durante a relação sexual aquele que penetra, e nunca aquele que é penetrado. Soma-se a isto a contraposição do prazer do gozo sexual com ao dispêndio de energia atribuído à profissão legítimo, sendo o resultado a formulação do jargão “vida fácil”, associado à prostituição. Em oposição a esse estereótipo, a representação midiática da prostituta difundida caracteriza as profissionais do sexo como “batalhadoras”, ativas politicamente e responsáveis por ações de intervenção no plano social.

Sobre a vitimização da prostituta, não há na amostragem geral do *corpus* uma quantidade significativa de referenciais ao preconceito sofrido pela prostituta devido à sua condição profissional. Os motivos que levam ao pouco capital social das profissionais do sexo também não são formulados de forma explícita, podendo ter sua existência subentendida apenas a partir das palavras que fazem oposição a sua marginalidade no plano social, tais como resistência, afirmação e ausência de “vergonha” da sua profissão. Em contraposição à marginalização da prostituta construída pelo estereótipo, nota-se nas análises de conteúdos atributos que configuram a meretriz como bem-vinda nos demais campos sociais (“fazem sucesso”, “chamam a atenção”, “desejada pelos jornalistas”).

Por sua vez, o retrato da prostituta como um sujeito voltado para a conservação da vida e da existência humana combate ainda o estereótipo da meretriz detentora de pouca governabilidade de si. Como visto no capítulo dois, a falta de domínio do sexo não fica restrita apenas ao corpo, estendendo-se também ao controle alma. Ao promover o uso da camisinha, a prevenção à DST e o incentivo ao sexo profissionalizado (ou seja, sujeito a normatizações) as “mulheres da vida” são representadas como capazes de dominar sua sexualidade, sendo, conseqüentemente, fortes do ponto de vista moral.

Entretanto, apesar de se posicionar contra o estereótipo da prostituta vitimizada e passiva, a representação midiática produzida pela “Daspu” e projetada pelo jornalismo online não nega aquilo que está na origem do estigma social das profissionais do sexo: a infração da sexualidade feminina “legítima” por meio da manutenção de relações sexuais com vários

parceiros e por dinheiro. Tampouco essa representação midiática renuncia o símbolo do estigma da meretriz, que é a roupa curta, colorida, sensual e sedutora.

Um exemplo é identificado nos inúmeros atributos que associam a representação social da prostituta à da mulher fatal (“roupa curta”, “decote”, “vermelho”, entre outros). Nesse caso, a sensualidade e a sedução presentes no seu *habitus* profissional são potencializadas por meio de um processo de distorção (quando os atributos do objeto encontram-se na representação de forma acentuada). Ao final, essas características deslocam-se na sua condição de elemento performático vinculados ao trato com o cliente para serem redefinidas como características genuínas da identidade das profissionais do sexo.

A partir dessa constatação, pode-se dizer que não é intenção da representação midiática divulgada “a supressão das características estigmatizadoras, mas a destruição da tábua de valores que as constitui como estigmas” (BOURDIEU, 2002, p.124). Longe de propor o abandono do sexo não-monogâmico e reprodutivo, a representação midiática da prostituta opera por meio das palavras associadas às profissionais do sexo justamente daquelas informações que estão no cerne do seu desvio: a sexualidade exercida de forma latente.

Nesse sentido, a representação midiática da prostituta difundida pelo jornalismo online não pode ser considerada “nova”, uma vez que seu núcleo – a troca do sexo por um correspondente financeiro - continua intacto, mesmo que oculto.

Segundo Flament (2001, p.183) uma representação social apenas pode ser modificada quando há uma transformação do seu elemento central. Se essa mudança no núcleo da representação da profissional do sexo ocorresse, entretanto, um indício seria a falha de comunicação entre prostitutas e jornalistas acerca do objeto representado. “Se duas subpopulações da mesma população têm, sobre um mesmo objeto, concepções radicalmente diferentes, elas não poderiam ter uma comunicação eficaz a seu respeito”, fato que não ocorre com as representações particulares do movimento de prostitutas que conquistaram permeabilidade na mídia de massa.

Por não se tratar propriamente de uma nova representação das profissionais do sexo, pode-se concluir que o que está em jogo não é a apropriação de uma identidade inédita. Como corrobora Bourdieu (2002) sobre a subversão simbólica dos elementos estigmatizadores dos sujeitos marginalizados, a criação de uma nova identidade implicaria no extermínio real do estigma. Por esse motivo, pode-se falar que a identidade social da prostituta não é alterada, mas redefinida.

No passado, a subversão simbólica do valor do estigma já foi utilizada por outras minorias, tal como ocorreu com o movimento negro norte-americano na década de 70, por meio da adoção do slogan “Black is beautiful” (BOURDIEU, 2002). Um segundo exemplo que data do mesmo período foi a adoção da terminologia “queer” (“viado”) pelos membros do movimento gay como gíria para se auto-referenciarem.

No caso da representação midiática da prostituta, o exercício da sexualidade ilegítima é subvertido a partir da sua vinculação a ideais de liberdade (“mulheres más vão para todo lugar”), de desejo (“mulheres perdidas são as mais encontradas”) ou ainda da própria elevação da vestimenta característica da prostituta a condição de artigo de consumo, detentor de um valor social enquanto grife.

Outro ponto que merece ser destacado é a relação travada entre a representação midiática da profissional do sexo com a sociedade geral. Primeiramente, a representação da meretriz é definida por diferenciação dos demais grupos sociais, como as “patricinhas” e as “donas de casa”.

Esse modelo bipolar configurado entre “nós” e “os outros”, entretanto, não é exclusivamente antagônico ou de oposição. Tendo em vista que o processo de reconhecimento inscreve-se nas diferenças, será justamente a partir da relação de diferenciação com os demais grupos sociais que as prostitutas irão afirmar suas singularidades e, com isso, redefinir seus níveis de identificação. Ao promover a interdependência entre os sujeitos sociais, a representação da prostituta rejeita as definições essencialistas que compõem os indivíduos e práticas, ressaltando os aspectos relacionais.

Em um segundo momento, a representação da prostituta é definida por meio da sua aproximação simbólica com as mulheres não-prostitutas. Nesse caso, o processo ocorre por meio da ênfase de marcas identitárias comuns a grupos sociais de gêneses distintas, como profissionalismo (aturam clientes importunos como as atrizes), exercício da sexualidade (gostam de se sentir desejadas como as mulheres “normais”), consumo (usam roupas como as das patricinhas) e soberania (utilizam coroa, assim como as rainhas).

Se por um lado o que difere a prostituta da não-prostituta é a forma como ambas fazem uso do sexo, há outros elementos econômicos, políticos, comportamentais e de gênero, que as tornam semelhantes. Esse “jogo de identidades” torna-se um recurso eficiente na busca por empatia, uma vez que nivela, mesmo que momentaneamente, os universos de grupos sociais genuinamente dispares.

Por meio dessa aproximação simbólica com outros sujeitos sociais, a condição de prostituta passa a não mais polarizar todas as suas identidades, que agora também podem ser expressas em suas outras facetas, sejam elas a de mulher, consumidora de moda, militante e, principalmente, *profissional*. Mesmo que essas novas percepções da prostituta ainda não sejam predominantes no macrocosmo da sociedade ou mesmo no interior do próprio campo da prostituição, a percepção da representação da prostituta como uma trabalhadora ativa socialmente ganha espaço na sociedade brasileira atual conforme passa a circular nos meios de comunicação de massa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALENCAR, J. **Lucíola**. São Paulo: Ática, 1994.

BACELAR, J. A. **A família da prostituta**. São Paulo: Ática, 1982.

BARBALHO, A. Cidadania, minorias e mídia: ou algumas questões postas ao liberalismo. In: PAIVA, R.; BARBALHO, A. (orgs). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005. Cap.3, p.27-39.

BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2000.

BEAUVOIR, S. **O segundo sexo: fatos e mitos**. 1º.v. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980(a).

_____. **O segundo sexo: a experiência vivida**. 2º. v. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980(b).

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

_____. **Questões da sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

_____. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

_____. **O poder simbólico**. 5º. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BURMESTER, A.M.O. Em defesa da sociedade. In: RAGO, Margareth; ORLANDI, Luis B. Lacerda; VEIGA-NETO, Alfredo (orgs.). In: **Imagens de Foucault e Deleuze: ressonâncias nietzschianas**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. p.35-47.

CALLEWAERT, G. Bourdieu, crítico de Foucault. **Educação, Sociedade e Culturas**, n.19, 2003, 131-170.

CALZA, M. U. Grito Silencioso: A Camiseta como forma-protesto no discurso da Moda. In: COLÓQUIO DE MODA, III, 2007. **Anais**. Belo Horizonte: CIMO, 2007. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/coloquio2007/anais_aprovados/grito_silencioso_a_camiseta_como_forma-protesto_no_discurso_da_moda.pdf>. Acesso em: 9/10/2008.

CAMARGO, S. F. G. A roupa-panfleto Daspu: anotações sobre um canal de comunicação. In: COLÓQUIO DE MODA, III, 2007. **Anais**. Belo Horizonte: CIMO, 2007.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2002.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede: a era da informática: economia, sociedade e cultura**. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1999.

CHAUÍ, M. **Repressão sexual**. São Paulo: Brasiliense, 1992.

CUCHE, D. **A noção de cultura nas ciências sociais**. 2°. ed. Bauru: Edusc, 2002. p.170-175.

ESCOSTEGUY, A. C. **Os Estudos Culturais**. Rio Grande do Sul: PUC, 2001. Disponível em http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/artigos/estudos_culturais_ana.pdf. Acesso em: 20/08/2008.

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2006.

FERREIRA, J. Mídia, jornalismo e sociedade: a herança normalizada de Bourdieu. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v.2, nº 1, jan./jun.2005. Disponível em: <http://www.posjor.ufsc.br/revista/index.php/estudos/article/view/34>. Acesso em: 10/02/2009.

_____. Da comunicação aos campos e dispositivos midiáticos. **UNirevista**, São Leopoldo, v. 1, nº 3, jul. 2006.

FÍGARO, R. A. **O discurso sindical: formas e usos**. 1993. 230f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Escola de Artes e Comunicação - Universidade de São Paulo, São Paulo.

FLAMENT, C. Estrutura e dinâmica das representações sociais. In: JODELET, D. (org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Edurj, 2001. p.173- p.186.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. 10. ed. Rio de Janeiro: Editora Graal, 1988.

_____. **História da sexualidade II: o uso dos prazeres**. 12 ed. Rio de Janeiro: Graal, 2007.

_____. **Microfísica do Poder**. 20 ed. Rio de Janeiro: Graal, 2004.

GASPAR, M. D. **Garotas de programa: prostituição em Copacabana e identidade social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1975.

_____. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**. 4 ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.

GUIMARÃES, F. S. G. O dilema da identidade profissional na memória do incentivo da auto-estima das prostitutas no Rio de Janeiro. In: ENCONTRO DE HISTÓRIA ANPUH, XIII, 2008. **Anais eletrônicos**. Disponível em: http://www.encontro2008.rj.anpuh.org/resources/content/anais/1212954284_ARQUIVO_ANPUHRJ2008.pdf. Acesso em: 01/02/2009.

GUIMARÃES, M. E. A. A moda como narrativa e estratégia de visibilidade. In: COLÓQUIO DE MODA, III, 2007. **Anais**. Belo Horizonte: CIMO, 2007.

HALL, S. **A identidade cultural na Pós-Modernidade**. 11. ed. Rio de Janeiro: DPA& editora, 2006.

JODELET, D. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, D. (org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Edurj, 2001. p.17- p.44.

KEGLER, L. e ARAUJO, D. C. A moda e a mídia: a função metalingüística das telenovelas e revista feminina de moda. **BOCC: Biblioteca On-line de ciências da comunicação**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-a-moda-araujo.pdf>. 2009. Acesso em: 20/04/2009.

KERSUL, M. T. **Espetacularização e seus impactos: a Daspu na mídia impressa**. 2008. 105p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas De Consumo) - Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo.

LEITE, G. **Eu, mulher da vida**. Rio de Janeiro: Rosa dos ventos, 1992.

_____. Não somos mais Genis. **Beijo da Rua**, Rio de Janeiro, 27 jun. 2007. Disponível em: <http://www.beijodarua.com.br>. Acesso em: 27/06/2007 (a).

_____. Perdemos a batalha, mas não guerra. **Beijo da Rua**, Rio de Janeiro, 9 nov. 2007. Disponível em: <http://www.beijodarua.com.br>. Acesso em: 09/11/2007 (b).

_____. **Filha, mãe, avó e puta: a história de uma mulher que decidiu se prostituir**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

LENZ, F. Marcha para o centro-oeste. **Beijo da Rua**, Rio de Janeiro, jun. 2002. Disponível em: <http://www.beijodarua.com.br>. Acesso em: 02/07/2007.

LENZ, F. Bahia Grande. **Beijo da Rua**, Rio de Janeiro, 8 dez. 2002. Disponível em: <http://www.beijodarua.com.br>. Acesso em: 02/07/2007.

LENZ, F.. PENA, F. Beijo da rua: o movimento de prostitutas na comunicação impressa e eletrônica. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PREVENÇÃO DAS DST E AIDS, VI, 2006. Belo Horizonte. **Resumos**. Disponível em: <http://sistemas.aids.gov.br/congressoprev2006/Html/resumo1189.html>. Acesso em: 01/02/2009.

LENZ, F. Plano contra AIDS une mulheres em torno de Lula: prostitutas, feministas, lésbicas, soropositivas e negras se aliam contra a epidemia. **Beijo da Rua**, Rio de Janeiro, mar. 2007. Disponível em: <http://www.beijodarua.com.br>. Acesso em: 02/07/2007.

_____. **Daspu: a moda sem vergonha**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

LENZ, F. Daspu na Globo. **Beijo da Rua**, Rio de Janeiro, 20 abr. 2009. Disponível em: <http://www.beijodarua.com.br>. Acesso em: 20/04/2009.

LOPES, L. C. **O culto às mídias: interpretação, cultura e contratos**. São Carlos: Edufscar, 2004.

MACEDO, A. K. S.; PASSOS, G. O. O habitus na construção de representações sociais. In: ENCONTRO DE PESQUISA EM EDUCAÇÃO DA UFPI: A PESQUISA COMO MEDIAÇÃO DE PRÁTICAS SOIOEDUCATIVAS, IV, 2006. Teresina. **Anais**. Teresina: UFPI, 2006.

MAIO, M. Camila Pitanga tem prazer em viver prostituta em 'Paraíso Tropical'. **Terra**, 24 mar. 2007. Disponível em <http://exclusivo.terra.com.br/interna/0,,OI1505088-EI1118,00.html>. Acesso em 05/08/2008.

MATTOS, P. A dor e o estigma da puta pobre. In: SOUZA, J. **A ralé brasileira: quem é e como vive**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

MARTINO, L. M. S. **Mídia e poder simbólico**. São Paulo: Paulus, 2003.

MELLO, L. **Eny e o grande bordel brasileiro**. São Paulo: Objetiva, 2002.

MENDONÇA, M. “Trabalhadora do sexo é hipocrisia”. **Época**, Rio de Janeiro, 15 abr. 2009. Disponível em <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,ERT68470-15228-68470-3934,00.html>. Acesso em: 15/04/2009.

MIELNICZUK, L.; PALÁCIOS, M. Considerações para um estudo sobre o formato da notícia na web – o link como elemento paratextual. In: **GJOL – Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2001. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuck_linkparatextual.pdf. Acesso em 04/07/2007.

MISSE, M. **O estigma do passivo sexual: um símbolo de estigma no discurso cotidiano**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1979.

MORAES, A. F. **Mulheres da vila: prostituição, identidade social e movimento associativo**. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

MORAES, D. Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na Internet. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, vol. 23, nº 2, jul./dez. de 2000. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/759/545>. Acesso em: 01/02/2009.

MORAES, D. Comunicação alternativa e redes virtuais: os movimentos sociais na Internet. IN: **Semiosfera**, ECO/UFRJ, Rio de Janeiro, nº 3, ano 2, dez. 2002. Disponível em: <http://www.eco.ufrj.br/semiosfera/anteriores/semiosfera03/index.html>. Acesso em: 01/02/2009.

MOSCOVICI, S. Das representações coletivas as representações sociais. In: JODELET, Denise (org). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Edurj, 2001. p.45-p.66.

OAB DEFENDE REGULAMENTAÇÃO DA PROSTITUIÇÃO. **Beijo da Rua**. Rio de Janeiro, 01 dez. 2008. Disponível em: <http://www.beijodarua.com.br>. Acesso em: 10/12/2008.

PADILHA, S. A presença da cibercultura na prática do webjornalismo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, XXXI, 2008, Natal. **Anais eletrônicos...** Natal: 2008. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0615-1.pdf>. Acesso em: 05/03/2009.

PAIVA, R. Cinco anos de pesquisa em comunicação e cultura de minorias. In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (Intercom), 2005, Rio de Janeiro. **Anais**. São Paulo: Intercom, 2005. 1 CD.

PEREIRA, A. **Prostituição: uma visão global**. 2.ed. Rio de Janeiro: Pallas S.A.,1976.

PEREIRA, F. H. **O jornalista on-line: um novo status profissional?** 2003. 187f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Faculdade de Comunicação - Universidade de Brasília, Brasília.

PERLONGHER, Néstor. **O negócio do Michê: prostituição viril em São Paulo**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

PORTAL TERRA E COMO TUDO COMEÇOU. **Terra**. Disponível em: <http://tecnologia.terra.com.br/internet10anos/interna/0,,OI542329-EI5029,00.html>. Acessado em: 14/08/2009.

REVEL, Judith. **Michael Foucault: conceitos essenciais**. São Carlos: Claraluz, 2005.

RIBEIRO, Wal. Como Camila Pitanga criou o furacão Bebel. **M de Mulher**, Rio de Janeiro. Disponível em http://mdemulher.abril.uol.com.br/tititi/indices/edicoes/000/novelas/tititimateria_226672.shtm l. Acesso em: 05/01/2008

SÁ, Celso Pereira de. **Sobre o núcleo central das representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1996.

SALLES, M. A comunicação nos movimentos sociais. **Fazendo mídia**, 10 ago. 2005. Disponível em: <http://www.fazendomedia.com/novas/movimentos100805.htm>. Acesso em: 20/08/2007.

SANT'ANNA, D. B. . Transformações do corpo: controle de si e uso dos prazeres. In: Margareth Rago;Luiz B L Orlandi; Alfredo Veiga-Neto. (Org.). **Imagens de Foucault e Deleuze. Ressonâncias nitschianas**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002, v. 1, p. 99-110.

SANTAELLA, L. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker editores, 2001.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. A teoria da habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n.20, p.60-p.70, 2002.

SEVERO, M. A imagem da mulher em revistas femininas. **Psicologia: ciência e profissão**, Brasília, v.15, n.1-3, 1995. Disponível em: http://scielo.bvs-psi.org.br/scielo.php?pid=S1414-98931995000100005&script=sci_arttext. Acesso em: 03/03/2010.

SILVA, T. T. da A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, T. T. da (org.). **Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000

SILVA, J. G. Gênero em questão: apontamentos para uma discussão teórica. **Mneme: Revista virtual de humanidades**, nº 10, v.5, abr./jun. 2004. Disponível em: <http://www.seol.com.br/mneme>. Acesso em: 01/10/2008.

SIMIONI, A.P.C. Os efeitos dos discursos: saber e poder para Michel Foucault e Pierre Bourdieu. **Plural**, São Paulo, n.06, p.103-119, jan./jul., 1999.

SODRÉ, M. Por um conceito de minoria. In: PAIVA, R.; BARBALHO, A. (orgs). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005. cap.1, p.11-26.

SWAIN, T. N. Feminismo e representações sociais: a invenção das mulheres nas revistas “femininas”. **História: Questões & Debates**, Editora da UFPR, Curitiba, n. 34, p. 11-44, 2001.

VALLE, L. D. **Acompanhantes: o sexo catalogado e anunciado no jornal**. 2006. 95f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (FAAC), Universidade Estadual Paulista, Bauru.

VALLE, L.D. **As políticas de inserção midiática da classe de prostitutas do Brasil: resistência ou anuência ao exercício do poder?** In: JORNADA CIENTÍFICA FIB, III, 2007, Bauru. **Anais eletrônicos**. Bauru: 2007. Disponível em: <http://www.fibbauru.br>. Acesso em: 05/08/2007.

VERGÈ, P. Representações sociais da economia: uma forma de conhecimento. In: JODELET, Denise (org). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2001. P.343-p.362.

VILLACA, N. Moda e periferia: negociações midiáticas. In: Encontro DA COMPÓS, XVI , 2007, Paraná. **Anais**. Curitiba: COMPOS, 2007 (a).

_____. Brasil: da identidade à marca. **FAMECOS** - Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social da **PUCRS, Porto Alegre**, n.33, ago. 2007 (b). Quadrimestral.

_____. Corpo e as estratégias da moda. **IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v.1, n. 2, ago- dez. 2008.

VIZER, Eduardo A. Movimentos sociais: novas tecnologias para novas militâncias. In: VICENTE, M.M. (org). **Mídia e sociedade: perspectivas**. Bauru: Unesp/faac, 2007. P.9-p.30.

Reportagens analisadas

DASPU DESFILA MODA DAS PROSTITUTAS E OFUSCA GISELE. **Folha Online**, São Paulo, 13 jan. 2006. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u56794.shtml>. Acesso em: 13/08/2009.

DASPU LANÇA COLEÇÃO EM PRÉ-ESTRÉIA DE FILME ESPANHOL NO RIO. **Folha Online**, São Paulo, 21 mai 2007. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u71271.shtml>. Acesso em: 13/08/2009.

DASPU LANÇA COLEÇÃO PRIMAVERA-VERÃO EM LIVRARIA. **Terra**, Rio de Janeiro, 6 jun. 2007. Disponível em: <http://moda.terra.com.br/interna/0,,OI1672546-EI1119,00.html>. Acesso em: 13/08/2009.

DASPU LANÇA COLEÇÃO INSPIRADA EM BOTECOS E SALÕES DE FESTA. **Terra**, São Paulo, 28 jul. 2009. Disponível em: <http://moda.terra.com.br/interna/0,,OI3895683-EI1119,00-Daspu+lanca+colecão+inspirada+em+botecos+e+saloes+de+festa.html>. Acesso em: 13/08/2009.

DOMINGOS, B. DASPU DESFILA EM “BORRACHARIA” PARA HOMENAGEAR CAMINHONEIROS. **UOL**, São Paulo, 09 jun. 2006. Disponível em: <http://entretenimento.uol.com.br/ultnot/reuters/2006/06/09/ult26u21688.jhtm>. Acesso em: 13/08/2009.

EZABELLA, F. Prostitutas da Daspu param o trânsito da rua Augusta em SP. **UOL**, São Paulo, 11 abr. 2006. Disponível em: <http://entretenimento.uol.com.br/ultnot/reuters/2006/04/11/ult26u21297.jhtm>. Acesso em: 13/08/2009.

GRIFE DE PROSTITUTAS APRESENTA COLEÇÃO VERÃO 2009 EM SP. **Folha Online**, São Paulo, 18 jun. 2008. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u413658.shtml>. Acesso em: 13/08/2009.

MUNIZ, D. Daspu acusa Fashion Rio de preconceito e faz desfile paralelo. **Folha Online**, São Paulo, 07 jun. 2006. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u61171.shtml>. Acesso em: 13/08/2009.

NANA GOUVÊA FAZ STRIP EM DESFILE DE GRIFE DE PROSTITUTAS. **Terra**, Rio de Janeiro, 13 jun. 2008. Disponível em: <http://moda.terra.com.br/interna/0,,OI2947020-EI1119,00-Nana+Gouvea+faz+strip+em+desfile+de+grife+de+prostitutas.html>. Acesso em: 13/08/2009.

PALERMO, M. P. Estilo Daspu ganha fôlego em parceria com designers de moda. **UOL**, São Paulo, 13 jun. 2006. Disponível em: <http://entretenimento.uol.com.br/ultnot/reuters/2008/06/13/ult26u26445.jhtm>. Acesso em: 13/08/2009.

REUTERS. Betty Lago desfila ativismo da Daspu no centro do Rio. **UOL**, São Paulo, 14 jan. 2006. Disponível em: <http://entretenimento.uol.com.br/ultnot/reuters/2006/01/14/ult26u20624.jhtm>. Acesso em: 13/08/2009.

REUTERS. Elke Maravilha desfila para a Daspu. **Terra**, Rio de Janeiro, 22 jan. 2007. Disponível em: <http://moda.terra.com.br/interna/0,,OI1362050-EI1119,00.html>. Acesso em: 13/08/2009.

REUTERS. Daspu faz desfile em pré-estréia de filme "Princesas" no Rio. **UOL**, São Paulo, 13 mai. 2007. Disponível em: <http://entretenimento.uol.com.br/ultnot/reuters/2007/05/23/ult26u24156.jhtm>. Acesso em: 13/08/2009.

TRAVESTI DO CASO RONALDO DESFILA PARA DASPU. **Terra**, São Paulo, 21 jun. 2008. Disponível em: <http://moda.terra.com.br/interna/0,,OI2963554-EI1119,00-Travesti+do+caso+Ronaldo+desfila+para+Daspu.html>. Acesso em: 13/08/2009.

WAKABARA, J. Daspu: “nossa moda é para todo mundo”. **Chic (IG)**, Rio de Janeiro, 12 jan. 2006. Disponível em: http://chic.ig.com.br/materias/350001-350500/350372/350372_1.html. Acesso em: 13/08/2009.

WAKABARA, J. Celebração Daspu. **Chic (IG)**, Rio de Janeiro, 13 jan. 2006. Disponível em: http://chic.ig.com.br/materias/350501-351000/350618/350618_1.html. Acesso em: 13/08/2009.

YOUNG, I. **Inclusion and democracy**. New York: Oxford University Press, 2000.

ANEXOS



Faça sua busca

buscar

Assine | E-mail | SAC | Canais



Chic
gloria kali

enhanced by Google

BUSCAR

EDITORIAL

CHICNEWS

CARINHAS

DESFILES

OUÇA

ASSISTA

CHIC NEWS

Daspu: "nossa moda é para todo mundo"

12.01.2006

E não é que a Daspu, depois de "competir" com a Daslu, agora se mete com a top Gisele Bündchen? A marca de roupas de uma ONG de prostitutas e ex-prostitutas marcou o segundo desfile da marca para o mesmo horário do desfile da Colcci no Fashion Rio, que tem como estrela a modelo brasileira mais famosa do mundo. A coleção será apresentada em pleno centro do Rio, na praça Tiradentes, nesta sexta-feira, às 20 horas. Aqui no Chic não tem competição. Os dois desfiles estarão no ar! Aguarde!

Conversamos com Gabriela Leite, que é coordenadora da Daspu, sobre a marca e o desfile.

Chic: Como será o desfile? É o primeiro de vocês?

Gabriela Leite: Na verdade é o segundo, o primeiro foi em dezembro. Agora teremos a participação do Centro Cultural Hélio Oiticica e da Hatax, uma banda que toca na lata. Vai servir como evento para mostrar as camisetas e como ensaio do nosso bloco de carnaval, o Prazeres da Vida.

Chic: A sua moda é só para prostitutas?

Gabriela Leite: Não, é para todo mundo. O que temos é um estilo, um conceito mais sexy, uma sensualidade que é da prostituta.

Chic: O que difere as roupas da Daspu das roupas que vemos nas vitrines dos shoppings?

Gabriela Leite: Nós temos por exemplo o que chamo de linha de ativismo, que são camisetas com frases provocativas e bem-humoradas sobre questões que envolvem a prostituta e a mulher em geral. Outra diferença que consigo apontar são as cores fortes da linha Lazer, na qual o amarelo é amarelão, o roxo é roxo mesmo, nada de verde desmaiado (risos).

Chic: Você acha que existe o perigo de alguém achar as roupas da Daspu muito ousadas e não querer comprar?

Gabriela Leite: Olha, nossos decotes, por exemplo, são normais. Tenho visto vários desfiles em que o decote é maior que o nosso. Não temos medo disso não. E que mulher não quer usar decote quando está com tudo em cima?

Chic: Percebemos que hoje em dia é difícil diferenciar algumas patricinhas e prostitutas pela roupa. Você concorda?

Gabriela Leite: Tem detalhes diferentes, mas eu concordo. Acho que o uso das cores é algo que diferencia bastante, a prostituta mistura cores que a princípio não tem nada a ver e fica bonito.

Chic: Quais são os planos para o futuro, além do desfile?

Gabriela Leite: Estamos preparando uma linha de lingerie mais para frente, e queremos trazer estilistas para trabalhar com a gente.

<http://www.daspu.com.br/>

Jorge Wakabara

IMPRIMIR

ENVIAR

MAIS NOTÍCIAS

- 17.01.10 - 09:00
SPFW começa hoje. Veja o que vem por aí
- 15.01.10 - 16:00
Modelo da Letônia vence o *Super model of the world*
- 15.01.10 - 15:00
Marcas portuguesas desfilam no Brasil
- 15.01.10 - 14:00
Chanel Iman no Brasil (com a mãe e o namorado a tiracolo)
- 15.01.10 - 13:00
Parceria inusitada: Ugg e Jimmy Choo
- 15.01.10 - 12:05
V.Rom desiste do SPFW
- 15.01.10 - 12:00
Rumos do Fashion Rio: a beauté do inverno 2010
- 15.01.10 - 11:00
Use e abuse das minissaias no inverno

NOTÍCIAS RELACIONADAS

- 11.04.06 - 18:48
Donas da rua: Daspu desfila em São Paulo
- 10.04.06 - 17:12
Desfile Daspu acontece hoje
- 31.03.06 - 18:37
Daspu faz casting para desfile na Augusta
- 06.02.06 - 16:38
Daspu pode desfilam em São Paulo
- 13.01.06 - 23:50
"Você trocaria a Daspu pela Gisele na Colcci?"
- 13.01.06 - 22:29
Celebração Daspu
- 12.01.06 - 18:58
Daspu: "nossa moda é para todo mundo"



Gabriela Leite, coordenadora da Daspu

Chic
gloria kali



Faça sua busca

buscar

Assine | E-mail | SAC | Canais



Chic
glória kali

enhanced by Google

SEARCH

EDITORIAL CHICNEWS CARINHAS DESFILES OUÇA ASSISTA

CHIC NEWS

Celebração Daspu

13.01.2006

Acabei de assistir ao desfile mais emocionante da minha vida. Fiquei a ponto de chorar cinco vezes – e não era simplesmente por causa das roupas. Eu vi modelos incríveis, vi a platéia mais animada do mundo, vi uma primeira fila incrivelmente democrática – ou anárquica?

Pois eu fui no desfile da Daspu, o segundo da história da marca.

Eu não fui a um desfile

Corta para os bastidores. Jane Elloy estava fazendo sua maquiagem e seu cabelo em um quarto de um hotel, perto da Praça Tiradentes. O look dela foi inspirado em que? "Eu vou entrar de deusa do mar", ela explicou, sorrindo. Jane era só felicidade. As outras meninas também se aprontavam: "Fecha a porta, senão a pranchinha não funciona".

Em outro quarto, Maria Nilce dos Santos e Beth Lago dividiam o camarim. E Beth voltou depois de tanto tempo para a passarela. Por quê? "Primeiro a Daspu nunca me convidou! Isso depois de ter feito Dior, YSL... desfile pra Daspu em repressália!", respondeu, fazendo graça. E depois explicou com um "mas por que não?": "Qual o problema da Daspu? Puta é profissão como qualquer outra [para Maria] Vocês aturam cada mala, não é? Na minha profissão também, a única diferença é que eu não dou pra eles".

Um cenário se formava. Em uma banca, ao lado de camisetas da Daspu, vendiam-se também parangolés. O Centro Cultural Hélio Otílica estava participando do evento, que era ao mesmo tempo lançamento das camisetas da Daspu, performance, ensaio do bloco de carnaval Prazeres da Vida (ligado à Daspu), festa... Espera aí. Eu não fui em um desfile, eu fui para uma festa! As pessoas tomavam cerveja nos bares que ficavam na rua, se aglomeravam todas na calçada. Nada de cadeiras, nada de área VIP. Gente normal – eu sei que de perto, ninguém é, mas a sensação era de ter tirado licença do Fashion Rio por uns instantes.

Eu não fui para uma festa

Teve gente que não entendeu a proposta – colegas fotógrafos e jornalistas, que coisa feia achar que festa tem pit! Rolou até quebra-quebra, e no fim das contas era melhor tirar foto da "primeira fila mesmo".

Se não tinha pit, as "regras de etiqueta" para um desfile também caíram por terra. A platéia gritava: "Começal Começal". A platéia comemorava: "Daspu! Daspu!". De repente me vi gritando junto! "Eu me emociono porque o ser-humano não é uma questão sanitária! Nós amamos o turismo, o amor. Acho muito especial esse requinte que só o Brasil tem", contou Yone Catramby, uma cantora que chorou comigo e faz shows na região, "amiga de todo o pessoal".

E a passarela montada – na rua mesmo – foi ocupada por um bloco de parangolés puxado por César Otílica Filho, o Cesinha, sobrinho de Hélio Otílica. Eles jogavam pétalas de rosa no chão. Em seguida entrou a bateria. Entraram blocos, entrou gente com tudo quanto é fantasia – o pessoal do bloco Imaginário Periférico participou. Espera, eu não fui para uma festa. Eu fui para o carnaval!

Eu fui para um desfile

Jane, a "deusa do mar", abriu o desfile. As camisetas, estrelas da festa (do carnaval? Do desfile?), eram irônicas, divertidas. Beth Lago entrou – e entrou gente do bloco de novo, entrou uma das modelos (fora Beth, todas eram prostitutas) sambando... Chorei de novo. Um desfile dá certo quando desperta o desejo pela roupa. Quando faz com que você queira comprar aquela marca.

Então fechou: eu fui para um desfile.

Jorge Wakabara

IMPRIMIR ENVIAR

MAIS NOTÍCIAS

- 17.01.10 - 09:00
SPFW começa hoje. Veja o que vem por aí
- 15.01.10 - 16:00
Modelo da Letônia vence o *Super model of the world*
- 15.01.10 - 15:00
Marcas portuguesas desfilam no Brasil
- 15.01.10 - 14:00
Chanel Iman no Brasil (com a mãe e o namorado a tiracolo)
- 15.01.10 - 13:00
Parceria inusitada: Ugg e Jimmy Choo
- 15.01.10 - 12:05
V.Rom desiste do SPFW
- 15.01.10 - 12:00
Rumos do Fashion Rio: a beauté do inverno 2010
- 15.01.10 - 11:00
Use e abuse das minissaias no inverno

NOTÍCIAS RELACIONADAS

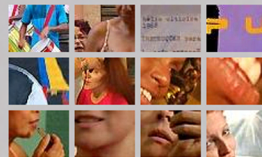
- 11.04.06 - 18:48
Donas da rua: Daspu desfila em São Paulo
- 10.04.06 - 17:12
Desfile Daspu acontece hoje
- 31.03.06 - 18:37
Daspu faz casting para desfile na Augusta
- 06.02.06 - 16:38
Daspu pode desfilar em São Paulo
- 13.01.06 - 23:50
"Você trocaria a Daspu pela Gisele na Colcci?"
- 13.01.06 - 22:29
Celebração Daspu
- 12.01.06 - 18:58
Daspu: "nossa moda é para todo mundo"

Adelaide Ivánova



1 de 24

A bateria aquecendo para o desfile



Chic
glória kali

- Capa de Moda
- Notícias
- Fotos
- Vídeos
- vc repórter
- Correções

Fale conosco
 Participe! Envie suas sugestões ao canal

Notícias por e-mail
 Receba todas as novidades por e-mail

- Sites relacionados**
- Mauren Motta
 - Rio Verão 2010
 - Rio Inverno 2010
 - SPFW Verão 2010
 - SPFW Inverno 2010

Qual a sua?

Você está a um clique da Rihanna
 Ouça grátis

sonora
 Música como você sempre quis

Conheça também:

Segurança Total
 Terra Mail

Veja todos os serviços

sonora
 Música como você sempre quis [CLIQUE AQUI E OUÇA](#)

Moda

Quarta, 6 de junho de 2007, 23h55

Daspu lança coleção primavera-verão em livraria

A grife Daspu, criada pelas prostitutas da ONG DaVida, lançou nesta quarta-feira a sua coleção de primavera-verão. Chamada de CopaSacana, a linha apresenta peças em algodão cru, fuxico e chita.

» Veja as fotos do desfile

Veja também:
» Daspu apresenta coleção inspirada no cinema

Bordados com conchas e paetês destacam-se nas saias, calças, bermudas, tops e biquínis.

Além das peças leves, ideais para os dias quentes, a Daspu apresentou sua versão para o vestido de noiva: uma peça curta sem véu nem grinalda.

A coleção foi desenvolvida pelo estilista Franklin Melo, com apoio de componentes da ONG como o designer Sylvio de Oliveira, a prostituta Jane Eloy e a diretora da entidade, Gabriela Leite.

O desfile aconteceu em uma livraria no Rio de Janeiro. O lugar foi escolhido porque na mesma ocasião ocorreu o lançamento do primeiro livro da grife.

Na obra, intitulada de *As meninas de Daspu*, nove prostitutas contam segredos profissionais e histórias pessoais.

As entrevistas foram concedidas à socióloga e historiadora Anna Marina Barabá, co-autora do livro publicado pela Editora Novas Ideias.



A grife apresenta a CopaSacana, sua nova coleção

- Últimas de Moda**
1. Time de peso do Dream Fashion Tour chega à Brasília
 2. Em forma, mamãe Gisele faz campanha de lingerie no Brasil
 3. Selvageria de Triya ganha tons de savana no Fashion Rio
 4. Fanáticas por sapatos brigam por Jimmy choos no Twitter

Busca
 Busque outras notícias no Terra:

BUSCAR

Redação Terra

Compartilhe esta notícia O que é isto?

ENVIAR ESTA NOTÍCIA POR E-MAIL IMPRIMIR ESTA NOTÍCIA

Divulga Fácil Terra Anuncie aqui >

med dyne
 ótimas ofertas venha nos visitar
<http://www.meddyne.com.br>

Livraria do Maneco
 O lugar que você escolhe quando pensa! Entre em contato e faça seu pedido.
www.maneco.com.br

Diana Moreira Consultora Fest Prod
 Construção de sites vendas de divulgação
festproducoes.com.br

FAST
Câmera Digital 12.2MP Samsung

6X de R\$54,83
 no cartão *janeiro de 2009 a maio
 Total a prazo: R\$329

Frete Grátis
 Sul e Sudeste

NOVO GUIA DE SERVIÇOS TERRA.
 Acesse já guiadeservicos.terra.com.br e encontre o que procura.

terra

Você está a um clique de Luan Santana
sonora
 Música como você sempre quis

Terra Shopping

DELL
 Dell Inspiron 11z Notebook - Processador...
R\$ 1.699,00

SUBMARINO
 Os melhores Livros com preços imperdíveis!
Até 80% de desconto!

FAST SHOP
 TV Monitor LCD 26" HD (1.366 x 768) ...
R\$ 1.233,67

AMERICANAS.COM
 Lavadoras com superdescontos para você!
para você! Comprove!
CARREFOUR.COM.BR
 Ar condicionado Split 7.000BTUS Queen...
R\$ 899,00

SARAVIA.COM.BR
 MP3 Gt Clip Fashion 1gb Verde com ...
R\$ 69,90

KENZO SACK'S PERFUMARIA
 Perfumes Kenzo pela metade do preço!
12x e frete grátis!

E-FÁCIL
 Ar Condicionado 7500 BTUS - CC107 Frio...
R\$ 698,00

SHOPTIME
 Computador + Monitor
R\$799 em 12x

EXTRA
 Refrigerador Duplex Frost Free RDN 3...
R\$ 1.529,00

EXTRA
 Refrigerador Duplex Frost Free Club ...
R\$ 2.499,00

DELL
 Dell Studio 14 Notebook - Processador...
R\$ 2.599,00

COLOMBO.COM.BR
 MP4 Video Player GoGear SA1ARA16K 16...
R\$ 442,79

COLOMBO.COM.BR
 MP4 Player Amazônia 4GB Rosa - Mormaill
R\$ 186,76

KALUNGA.COM
 Impressora laser color CLP-315 Samsung
R\$ 699,00

DELL
 Dell Notebook Studio 14 Laptop - Pro...
R\$ 3.099,00

E-FÁCIL
 Frigorifer 80L CRC08 Branco 220v - Consul
R\$ 639,00

COLOMBO.COM.BR
 Celular Samsung B5702 Duo: II GSM De...
R\$ 749,87

KALUNGA.COM
 Navegador GPS One Brasil 3,5" Tom Tom
R\$ 699,00

FAST SHOP
 Notebook Pavilion com Processador AM...
R\$ 2.699,00

moda

- Capa de Moda
- Notícias
- Fotos
- Vídeos
- vc repórter
- Correções

Fale conosco
Participe! Envie suas sugestões ao canal

Notícias por e-mail
Receba todas as novidades por e-mail

Sites relacionados
Mauren Motta
Rio Verão 2010
Rio Inverno 2010
SPFW Verão 2010
SPFW Inverno 2010

Qual a sua?



Você está a um clique da Rihanna
Ouça grátis

Conheça também:

- Segurança Total
- Terra Mail

Veja todos os serviços

Clique e assista agora mesmo a 1ª temporada de **FLASH FORWARD**



Disponível por 7 dias após a exibição na TV a cabo

Moda
Segunda, 22 de janeiro de 2007, 10h31

Elke Maravilha desfila para a Daspu

REUTERS

Com um grande pênis de brinquedo nas mãos, Elke Maravilha encerrou o desfile da Daspu na última sexta-feira, na praça Tiradentes, Rio de Janeiro, onde a grife apresentou sua nova coleção outono-inverno para cerca de 450 pessoas.

Veja também:
» **Prostitutas lançam "Daspu mexicana" com desfile**

Este foi o desfile da terceira coleção da grife carioca, criada por garotas de programa da ONG DaVida. Todas as vezes, a apresentação aconteceu, de propósito, quase que ao mesmo tempo do desfile da top Gisele Bündchen, no Fashion Rio.

Entre as mais de 20 modelos, estavam prostitutas e simpatizantes. Elas exibiram roupas inspiradas em artistas brasileiros e estrangeiros que, em algum momento de suas carreiras, retrataram as prostitutas.

Elke Maravilha usou uma blusa com um detalhe do cartaz do filme "Moulin Rouge" e uma saia roxa que descia até embaixo do joelho. Ela também desfilou com a já famosa Jane Eloy, modelo oficial da grife.

Detalhes dos trabalhos de Henri de Toulouse-Lautrec, Picasso, Lasar Segall e trechos de músicas de Chico Buarque estamparam camisetas, vestidos, saias e até blazer, na coleção que ganhou o nome de "Putarte".



Elke Maravilha se diverte ao mostrar a nova coleção da grife criada por prostitutas

- Últimas de Moda**
1. **Famosas usam brilho da cabeça aos pés**
 2. **Time de peso do Dream Fashion Tour chega à Brasília**
 3. **Em forma, mamãe Gisele faz campanha de lingerie no Brasil**
 4. **Selvageria de Triya ganha tons de savana no Fashion Rio**

Busca
Busque outras notícias no Terra:

BUSCAR

Reuters
Reuters Limited - todos os direitos reservados. Clique aqui para limitações e restrições ao uso.

Compartilhe esta notícia

- del.icio.us
- Facebook
- Technorati
- My Yahoo!
- Menéame
- Fresqui

ENVIAR ESTA NOTÍCIA POR E-MAIL IMPRIMA ESTA NOTÍCIA


Divulga Fácil Terra

Computech Informática
a b
www.computech.inf.br

A CRJ ELÉTRICA F 011 2351-2761
PROJETO / EXECUÇÃO / MANUTENÇÃO LAUDO TÉCNICO, ART CREA-SP
www.crjeletricidade.com.br

União Cultral Brasil E. Unidos
Destaque-se no seu Inglês Matrículas Abertas
www.uniaocultural.com.br

Você está a um clique de Victor e Leo
sonora
Música como você sempre quis



Terra Shopping

- DELL**
Dell Inspiron 11z Notebook - Processador Intel Core 2 Duo E8500 - 1.699,00
- SUBMARINO**
Os melhores Livros com preços imperdíveis! Até 80% de desconto!
- FAST SHOP**
MacBook Air com 1,36 Kg e Processador Intel Core 2 Duo E8500 - R\$ 4.492,74
- AMERICANAS.COM**
Lavadoras com superdescontos para você!
para você! Compreve! CARREFOUR.COM.BR
Ar condicionado Split 9.000BTUS Quen... R\$ 1.099,00
- SARAIVA.COM.BR**
Netbook Semp Toshiba Is 1091 2-1471 ... R\$ 899,00
- KENZO SACK'S PERFUMARIA**
Perfumes Kenzo pela metade do preço! 12x e frete grátis!
- TERRA OFERTAS**
Seu Honda Civic **AQUI!**
- SHOPTIME**
Computador + Monitor R\$799 em 12x
- EXTRA**
Ar Condicionado Janela EAF-7500 de 7... R\$ 749,00
- EXTRA**
Celular Desbloqueado MOTOROKR E8 GSM... R\$ 399,00
- COLOMBO.COM.BR**
Split 9000 BTUS Frio CBY09AB - Consul R\$ 989,00
- DELL**
Dell Notebook Inspiron 14 Laptop - P... R\$ 1.599,00
- KALUNGA.COM**
Multifuncional laser M1319F HP R\$ 1.199,00
- COLOMBO.COM.BR**
MP4 Player Amazônia 4GB Rosa - Mormaii R\$ 186,76
- KALUNGA.COM**
Impressora laser color CLP-315 Samsung R\$ 699,00
- SARAIVA.COM.BR**
MP4 Player Blackvision New 2 Gb T... R\$ 99,90
- SARAIVA.COM.BR**
MP3 Ultra Portátil Gt Madrid 1gb B... R\$ 69,90
- KALUNGA.COM**
Notebook R480-3020 Dual Core T4200 ... R\$ 1.599,00
- COLOMBO.COM.BR**
Climatizador de Ar Frio C1L06C - Consul R\$ 359,00

moda

- Capa de Moda
- Notícias
- Fotos
- Vídeos
- vc repórter
- Correções

Fale conosco
Participe! Envie suas sugestões ao canal

Notícias por e-mail
Receba todas as novidades por e-mail

- Sites relacionados**
- Mauren Motta
 - Rio Verão 2010
 - Rio Inverno 2010
 - SPFW Verão 2010
 - SPFW Inverno 2010

Qual a sua?



Conheça também:

- Segurança Total
- Terra Mail

Veja todos os serviços

VOCÊ ESTÁ A UM CLIQUE DO BLACK EYED PEAS.
clique aqui e ouça grátis passa o mouse

Moda
Sexta, 13 de junho de 2008, 10h00 | Atualizada às 10h10

Nana Gouvêa faz strip em desfile de grife de prostitutas

A atriz Nana Gouvêa fez um strip-tease durante o desfile da Daspu, que aconteceu nesta quinta-feira, na quadra da escola de samba Unidos da Tijuca, no Rio de Janeiro. Ela retirou o colete que vestia e cruzou a passarela apenas de botas e microshort preto. Nana usou as mãos para cobrir os seios.



Depois do strip-tease, Nana usou as mãos para cobrir os seios

» [Veja foto ampliada do strip-tease](#)
» [Veja mais fotos de Nana Gouvêa](#)

Além da performance, a atriz exibiu um look composto por um top preto e um short de cintura alta vermelho.

A nova coleção da marca faz referência ao universo das prostitutas. A sensualidade pode ser vista em peças decotadas e no comprimento mini.

O nome da linha - "Cruzada de Moda, Batalha de Atitudes" - é uma referência ao desafio da ONG Davida, criadora da Daspu, que tem como objetivo elevar a auto-estima de prostitutas e simpatizantes.

As peças também serão lançadas em São Paulo, Belo Horizonte e Florianópolis. O desfile na capital paulista está marcado para o dia 20 de junho.

- Últimas de Moda**
1. Famosas usam brilho da cabeça aos pés
 2. Time de peso do Dream Fashion Tour chega à Brasília
 3. Em forma, mamãe Gisele faz campanha de lingerie no Brasil
 4. Selvaçã de Triya ganha tons de savana no Fashion Rio

Busca
Busque outras notícias no Terra:

Redação Terra

Compartilhe esta notícia O que é isto?

- del.icio.us
- Facebook
- Technorati
- My Yahoo!
- Menéame
- Fresqui

Divulga Fácil Terra Anuncie aqui >

Computech Informática
a/b
www.computech.inf.br

A CRJ ELÉTRICA F 011 2351-2761
PROJETO / EXECUÇÃO / MANUTENÇÃO LAUDO TÉCNICO, ART CREA-SP
www.crjeletricidade.com.br

União Cultural Brasil E. Unidos
Destaque-se no seu Inglês! Matrículas Abertas
www.uniaocultural.com.br

FAST
Refrigerador 76,5L Consul
no cartão* 12x de R\$104,83
Total a prazo: R\$629
Frete Grátis Sul e Sudeste

AMERICANAS.COM
ELETRÔNICOS ELETRODOMÉSTICOS
LIVROS PRINCEPE
MAIS DE 500 MIL PRODUTOS COM FRETE GRÁTIS*
PARA TODO O BRASIL!
* nas compras acima de R\$99
DVD'S UTILIDADES DOMÉSTICAS

Você está a um clique de Victor e Leo
sonora
Música como você sempre quis

Terra Shopping

- DELL**
Dell Studio 14 Notebook - Processado...
R\$ 2.599,00
- 30 LIVROS COM PREÇOS**
SUBMARINO
Os melhores Livros com preços imperdíveis
Até 80% de desconto!
- FAST SHOP**
iPhone 3Gs Preto com Memória de 16GB...
R\$ 1.616,81
- AMERICANAS.COM**
Lavadoras com superdescontos para você!
para você! Compreve!
CARREFOUR.COM.BR
TV LCD 32" Full HD, Contraste 50.000...
R\$ 1.799,90
- SARAIVA.COM.BR**
MP3 Ultra Portátil Gt Madrid 1Gb B...
R\$ 69,90
- KENZO SACK'S PERFUMARIA**
Perfumes Kenzo pela metade do preço!
12x e frete grátis!
- TERRA OFERTAS**
Seu Honda Civic **AQUI!**
- SHOPTIME**
Computador + Monitor
R\$799 em 12x
- EXTRA**
Refrigerador Duplex Frost Free Club ...
R\$ 2.499,00
- COLOMBO.COM.BR**
Notebook Inspiron 11440-651 intel Co...
R\$ 2.157,65
- FAST SHOP**
Notebook Pavilion com Processador AM...
R\$ 2.605,41
- EXTRA**
Celular Desbloqueado SGH-J700 (Sem C...
R\$ 299,00
- DELL**
Dell Notebook Studio 14 Laptop - Pro...
R\$ 3.099,00
- COLOMBO.COM.BR**
Celular Samsung B5702 Duos II GSM De...
R\$ 749,87
- FAST SHOP**
MacBook Air com 1,36 Kg e Processado...
R\$ 4.492,74
- KALUNGA.COM**
Notebook R480-3020 Dual Core T4200 ...
R\$ 1.599,00
- KALUNGA.COM**
Notebook Pav.DV4-2112BR Dual Core 2...
R\$ 1.999,00
- COLOMBO.COM.BR**
MP4 Video Player GoGear SA1ARA16K 16...
R\$ 442,79
- COLOMBO.COM.BR**
Split 9000 BTUS Frio CBY09AB - Consul
R\$ 800,00

- Capa de Moda
- Notícias
- Fotos
- Vídeos
- vc repórter
- Correções

Fale conosco
Participe! Envie suas sugestões ao canal

Notícias por e-mail
Receba todas as novidades por e-mail

Sites relacionados
Mauren Motta
Rio Verão 2010
Rio Inverno 2010
SPFW Verão 2010
SPFW Inverno 2010

Qual a sua?

Você está a um clique de Rihanna **Ouça grátis!**

Conheça também:

- Segurança Total
- Terra Mail

Veja todos os serviços



Moda

Travesti do caso Ronaldo desfila para Daspu

Sábado, 21 de junho de 2008, 11h12 | Atualizada às 11h17

O travesti Andréia Albertini, que ficou conhecido após escândalo com o jogador de futebol Ronaldo, foi a estrela do desfile verão 2009 da grife de prostitutas Daspu, na noite desta sexta-feira, na Praça Roosevelt, em São Paulo.

» [Veja foto ampliada](#)
» [Veja mais fotos do desfile da Daspu](#)
» [Nana Gouvêa faz strip em desfile de grife de prostitutas](#)
» [Chat: tecle sobre o assunto](#)



O travesti Andréia Albertini desfilou para a marca Daspu

Criada pela ONG Davida em 2005, a marca exibiu uma coleção que tem o mote "As Cruzadas - Entre o Botão e a Espada" como fonte de inspiração. A ideia era retratar o cotidiano, a sexualidade, o comportamento e as mudanças do dia-a-dia das prostitutas.

O resultado foram peças que iam desde os shorts curtíssimos soltos do corpo ou bem justos, até calças em cortes retos. Peças em cintura alta foram ainda combinadas com regatas estampadas com figuras humanas.

Decotes profundos que deixam todo o colo da mulher à mostra estavam presentes em alguns vestidos em modelagem bem rente ao corpo. Os tops aparecem com bojos e tiras que se prendem à meia-calça.

A linha masculina da Daspu aposta nas bermudas em tecidos leves. Para o verão, as cores propostas são verde, vermelho, laranja e preto.

- Últimas de Moda**
1. Famosas usam brilho da cabeça aos pés
 2. Time de peso do Dream Fashion Tour chega à Brasília
 3. Em forma, mamãe Gisele faz campanha de lingerie no Brasil
 4. Selvageria de Triya ganha tons de savana no Fashion Rio

Busca

Busque outras notícias no Terra:

Redação Terra

Compartilhe esta notícia

delicio.us
 Facebook
 Technorati
 My Yahoo!
 Menéame
 Fressqui

ENVIAR ESTA NOTÍCIA POR E-MAIL
 IMPRIMIR ESTA NOTÍCIA

Divulga Fácil Terra

Supermercados Aquineuz
Melhor Supermercado de Cotia e Região Caucaia do Alto, Vargem Grande Paulista
www.aquineuz.com.br

Seo Rosa Bar E Restaurante
Procura um restaurante completo? Conheça o seorosa!
www.seorosa.com.br

Realflex Industria de Borracha
Composto em Borracha Borracha, Mangueira ou Mongotes
www.realflex.com.br

Você está a um clique de Luan Santana **sonora**
Música como você sempre quis

Terra Shopping

- DELL**
Dell Notebook Studio 14 Laptop - Pro...
R\$ 3.099,00
- SUBMARINO**
Os melhores Livros com preços imperdíveis!
Até 80% de desconto!
- FAST SHOP**
TV Monitor LCD 26" HD (1.366 x 768) ...
R\$ 1.233,67
- AMERICANAS.COM**
Lavadoras com superdescontos para você!
para você! Comprove!
FAST SHOP
iPhone 3Gs Preto com Memória de 16GB...
R\$ 1.616,81
- SARAIVA.COM.BR**
MP3 Ultra Portátil Gt Madrid 1Gb B...
R\$ 69,90
- KENZO SACK'S PERFUMARIA**
Perfumes Kenzo pela metade do preço!
12x e frete grátis!
- TERRA OFERTAS**
Seu Honda Civic **AQUI!**
- SHOPTIME**
Juicer Master Suco apenas R\$119 em 8x
FRETE GRÁTIS!
- EXTRA**
Celular Desbloqueado MOTOROKR E8 GSM...
R\$ 399,00
- KALUNGA.COM**
Impressora laser color CLP-315 Samsung
R\$ 699,00
- EXTRA**
Refrigerador Duplex Frost Free Club ...
R\$ 2.499,00
- FAST SHOP**
MacBook Air com 1,36 Kg e Processado...
R\$ 4.492,74
- FAST SHOP**
Notebook Pavilion com Processador AM...
R\$ 2.605,41
- KALUNGA.COM**
Multifuncional laser M1319F HP
R\$ 1.199,00
- EXTRA**
Celular Desbloqueado SGH-3700 (Sem C...
R\$ 299,00
- FAST SHOP**
Condicionador de Ar Split Art Cool 1...
R\$ 1.706,69
- FAST SHOP**
Mini Notebook VAIO@ Série W210 Azul ...
R\$ 1.796,56
- COLOMBO.COM.BR**
Climatizador de Ar Frio C1106C - Consul
R\$ 359,00
- SARAIVA.COM.BR**
MP3 Gt Clip Fashion 1gb Verde com ...
R\$ 69,90

FAST

SUPER OFERTAS FAST SHOP

AMERICANAS.COM

ELETRÔNICOS ELETRODOMÉSTICOS

LIVROS

PRINCIPAIS

MAIS DE 500 MIL PRODUTOS COM FRETE GRÁTIS* PARA TODO O BRASIL!

* nas compras acima de R\$99,90

DVD'S UTILIDADES DOMÉSTICAS

- Capa de Moda
- Notícias
- Fotos
- Vídeos
- vc repórter
- Correções

Fale conosco
 Participe! Envie suas sugestões ao canal

Notícias por e-mail
 Receba todas as novidades por e-mail

- Sites relacionados**
- Mauren Motta
 - Rio Verão 2010
 - Rio Inverno 2010
 - SPFW Verão 2010
 - SPFW Inverno 2010

Qual a sua?



Você está a um clique da Rihanna
 Ouça grátis

Conheça também:

- Seguran Total
- Terra Mail

Veja todos os serviços

VOCÊ ESTÁ A UM CLIQUE DO BLACK EYED PEAS.
 clique aqui e ouça grátis passa o mouse

Moda
 Terça, 28 de julho de 2009, 09h53
Daspu lança coleção inspirada em botecos e salões de festa

Da Farofa ao Caviar. O nome da nova coleção verão criada pela Daspu se traduz em peças ousadas, que abusam do tamanho mini. A marca criada pela ONG Davida desfilou suas peças nesta segunda-feira, na quadra da escola de samba Vai-Vai, em São Paulo.



Marcelo Pereira/Terra
 A Daspu exibiu sua nova coleção na quadra da escola de samba Vai-Vai

- » **Veja fotos do desfile da Daspu**
- » **vc repórter: mande fotos e notícias**
- » **Chat: tecle sobre o assunto**

As cores saturadas, como amarelo, azul royal e vermelho marcaram a nova linha e surgiram a partir dos cartazes de lanchonetes. Com inspiração nos botecos e nos salões de festa, a Daspu exibiu saias plissadas, bermudas folgadas e vestidos na modelagem avental.

Estampas xadrez e com desenhos de copos, como as usadas em toalhas de mesa, deram o tom divertido a peças em recorte seco. A feminilidade da nova coleção apareceu nos lenços de cabelo e nos saltos altíssimo das sandálias coloridas com tiras de amarrar nas pernas.

Para os homens, a Daspu sugere calças saruel em tons vivos, à exemplo do vermelho e do verde. Há ainda microshorts combinados a camisas em decote V e camisetas coloridas com estampas.

Antes do desfile da Daspu, Gabriela Leite - fundadora da grife - autografou o livro *Filha, mãe, avó e puta*.

Enquete
 Você pretende comprar peças da Daspu?

Sim
 Não

Votar

- Últimas de Moda**
1. **Time de peso do Dream Fashion Tour chega à Brasília**
 2. **Em forma, mamãe Gisele faz campanha de lingerie no Brasil**
 3. **Selvageria de Triya ganha tons de savana no Fashion Rio**
 4. **Fanáticas por sapatos brigam por Jimmy Choos no Twitter**

Busca
 Busque outras notícias no Terra:

BUSCAR

Redação Terra

Compartilhe esta notícia O que é isto?

del.icio.us Facebook Technorati
 My Yahoo! Menéame Fresqui

ENVIE ESTA NOTÍCIA POR E-MAIL **IMPRIMA ESTA NOTÍCIA**

Divulga Fácil Terra Anuncie aqui >

Revista Energia Alternativa
 Transmissão e distribuição de energia. A Revista apresenta uma linha editorial revistaenergiaalternativa.com.br

CENTRUSTEC Central de Usinagem
 usinagem de peças técnicas periféricas para injetoras www.centrustec.com.br

Decisão Atacadista
 atacado na quantidade que você precisa Quatro lojas para melhor atendê-lo!!! www.decisaatacadista.com.br

FAST
SUPER OFERTAS
FAST SHOP

DIVULGA FÁCIL TERRA
 Clique e saiba mais.

TERRA **FAMÍLIA PROTEGIDA**
 R\$14,90 por mês **50% DESCONTO 3 MESES**

Terra Shopping

DELL
 Dell Notebook Inspiron 14 Laptop - P...
 R\$ 1.599,00

SUBMARINO
 Os melhores Livros com preços imperdíveis
Até 80% de desconto!

FAST SHOP
 MacBook Air com 1,36 Kg e Processado...
 R\$ 4.492,74

AMERICANAS.COM
 Lavadoras com superdescontos para você!
para você! Compreve! FAST SHOP
 iPhone 3Gs Preto com Memória de 16GB...
 R\$ 1.616,81

SARAIVA.COM.BR
 MP3 Gt Clip Fashion 1gb Verde com ...
 R\$ 69,00

KENZO SACK'S PERFUMARIA
 Perfumes Kenzo pela metade do preço!
12x e frete grátis!

E-FÁCIL
 Ar Condicionado 7500 BTUs CC107 Frio...
 R\$ 698,00

SHOPTIME
 Juicer Master Suco apenas R\$119 em 8x
FRETE GRÁTIS

EXTRA
 Celular Desbloqueado MOTOROKR E8 GSM...
 R\$ 399,00

SARAIVA.COM.BR
 Televisor Aoc LCD 26" L26831 Black ...
 R\$ 1.049,00

KALUNGA.COM
 Notebook Pav.DV4-2112BR Dual Core 2...
 R\$ 1.999,00

DELL
 Dell Inspiron 11z Notebook - Process...
 R\$ 1.699,00

DELL
 Dell Studio 14 Notebook - Processado...
 R\$ 2.899,00

EXTRA
 Celular Desbloqueado SGH-J700 (Sem C...
 R\$ 299,00

E-FÁCIL
 Frigorifer 80L CRC08 Branco 220v - Consul
 R\$ 639,00

COLOMBO.COM.BR
 Climatizador de Ar Frio C1L06C - Consul
 R\$ 359,00

EXTRA
 Ar Condicionado Janela EAF-7500 de 7...
 R\$ 749,00

FAST SHOP
 TV Monitor LCD 26" HD (1.366 x 768) ...
 R\$ 1.233,67

EXTRA
 Refrigerador Duplex Frost Free RDN 3...
 R\$ 1.599,00

Não inventamos a inteligência.



COSTA RICA A R\$ 2*
*Reserve 3 noites e ganhe uma por R\$2

FOLHAONLINE

www.folha.com.br
Segunda-feira, 10 de maio de 2010

Experimente a nova FOLHADIGITAL
acesse

ilustrada

Comunicar erros Enviar por e-mail Imprimir

13/01/2006 - 13h21

Daspu desfila moda das prostitutas e ofusca Gisele

da Folha Online

A moda das prostitutas promete chamar tanta atenção da mídia quanto o desfile de Gisele Bündchen na Fashion Rio.

Mas parte dos holofotes estará apontada para a praça Tiradentes, onde acontece o desfile da grife Daspu, marca criada pelas prostitutas da ONG Davida.

O desfile da Daspu vai ser prestigiado com a presença da atriz e modelo Betty Lago, que no canal GNT apresenta o programa "Saia Justa".

Ícone da moda brasileira, Betty será uma das modelos do desfile realizado na praça Tiradentes, tradicional ponto de prostituição do centro do Rio.

A equipe do "Saia Justa" vai registrar todos os momentos da presença de Betty no evento, que vai virar tema do quarteto nas próximas edições do programa.

Daspu versus Daslu

A criação da grife Daspu criou uma polêmica com a Daslu, o maior centro de luxo do país, envolvida recentemente em escândalo fiscal.

A Daslu quer que a Daspu mude de nome por considerar que a grife das prostitutas é um "deboche, visando denegrir a imagem da loja", além de possível fonte de prejuízos, devido à semelhança dos nomes.

A coordenadora da ONG, Gabriela Leite, afirma, entretanto, que lutará na Justiça pelo direito de fazer a alusão à boutique paulistana.

O advogado da Daslu, Rui Celso Reali Fragoso, nega que haja preconceito contra prostitutas e afirma que outras lojas de roupas já foram impedidas de usar nomes semelhantes.

Com informações da Folha de S. Paulo

Compartilhe

Twitter Delicious Windows Live MySpace Facebook Google Digg

Leia mais

Grife proíbe internet de entrevistar Gisele Bündchen

Comunicar erros Enviar por e-mail Imprimir

ilustrada

MÚSICA "Let it be", último álbum dos Beatles, completa 40 anos

ELOGIOS "Kristen Stewart não recusa risco", diz Walter Salles
TV "Almanaque Brasil" traz curiosidades ligadas ao país

FOLHAONLINE

DINHEIRO Europa fecha pacote de 750 bi de euros para fortalecer moeda

COTIDIANO Justiça decreta prisão de suspeito de ex no Rio
BRASIL FHC diz que não descarta chapa Serra-Aécio

PUBLICIDADE

Sucesso Profissional

Aprimore sua carreira com melhor conteúdo de gestão do HSM Online

Servidor é IBM Intel Xeon

Soluções sob medida para o tamanho da sua empresa. Conheça a linha IBM.com/Servidores

Whisky Festival

Confira os bares participantes e viva o jeito escocês de ver a vida!

Apto 2 e 3 Dorms Só

R\$ 330 mensais no Feirão Goldfarb. Em Barueri. Fale com nosso corretor

Restaurante Bazzar - RJ

Descubra as variedades de produtos Bazzar! Molhos e coberturas prontas

Apartamentos Em São Paulo

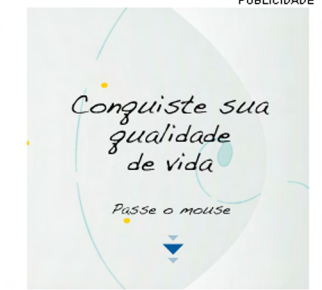
Veja quanto vale seu apartamento. 54 bairros em SP. Imediato e grátis

busca

Folha Online Folha de S. Paulo
Buscar

+lidas +comentadas +enviadas

- 1. Kate Moss forma banda com namorado, guitarrista do The Kills
2. Casal da saga "Crepúsculo" teria assumido namoro para Oprah Winfrey
3. Site revela capa do disco de Miley Cyrus
4. Em "Viver a Vida", Teresa fica com Marcos, que é pai do filho de Dora
5. "Viver a Vida" tem pior audiência da década e recorde de merchandising



PUBLICIDADE

folha shop

Digite produto ou marca
Compare preços

Últimos Dias Casa da Prateleira Desc 50% a 90%

Folha de S. Paulo Receba 15 dias de Folha grátis. Assine Já!

Loja Online HP Tudo em 10x s/ juros. Frete grátis.

Silence Acústica Janelas e Portas Antirruído, 20% OFF

Dell Note 3GB Intel® Core™ 2 Duo por R\$ 1.799 em 12x!

Assine SKY Instalação Grátis para todo Brasil.

Soletról Saiba quanto custa um aquecedor solar!

Vale Suíço Resort O mais belo resort das montanhas! Aproveite!

Dell Note 3GB Intel® Core™ 2 Duo por R\$ 1.799 em 12x!

Assine SKY Instalação Grátis para todo Brasil.

Flores Online Flores e muito mais. Envie agora mesmo.

Gafisa Tatupapé 204m² - 4 vagas - 4 suítes R\$1.251.052,53.

CMA Educacional Cursos para investir em ações e opções.

BlackBerry LIVE what you do on BBM. Um lugar para você se abrir com os seus amigos verdadeiros. Conheça o BlackBerry Messenger

CURSOS ON-LINE Aprenda Inglês Alemão

O Clube do Filme Pai e filho tomam-se íntimos em sessões de cinema R\$24,99 compre!

Conquiste sua qualidade de vida

Passa o mouse

BUENOS AIRES A PARTIR DE: R\$80

FOLHA ONLINE

www.folha.com.br Segunda-feira, 10 de maio de 2010

Experimente a nova FOLHADIGITAL

ilustrada

Comunicar erros Enviar por e-mail Imprimir

21/05/2007 - 13h26

Daspu lança coleção em pré-estréia de filme espanhol no Rio

da Folha Online

A Daspu volta a atacar. A grife das prostitutas irá desfilarm amanhã (22), às 21h, no Espaço de Cinema, em Botafogo (Rio). A marca mostrará sua nova coleção na pré-estréia do filme "Princesas", do espanhol Fernando León de Aranoa.



Daspu já fez diversos desfiles de sucesso, como o do Circo Voador em junho de 2006

O desfile ocorrerá no saguão do cinema. A coleção, chamada "Putá Arte", terá 15 "looks" inspirados em obras do cinema, da música e da pintura que abordam o universo da prostituição --entre eles, os filmes "Moulin Rouge", "Cabaré" e "Anjo Azul" e as músicas "Muchachas de Copacabana", "Material Girl" e "Roxanne". Obras de Picasso e Segall também estão na coleção outono-inverno (confira no site www.daspu.com.br).

A Daspu foi formada por prostitutas da ONG Davida, do Rio, no final de 2005. A grife se tornou conhecida ao entrar numa polêmica com a Daslu, o maior centro de luxo do país, que

inspirou o nome da marca.

Filme

Aranoa ficou conhecido no circuito internacional pelo filmes "Segunda-Feira ao Sol" (2003) e "Segredos em Família" (1996). "Princesas", lançado em 2005, ganhou os prêmios Goya (o "Oscar" espanhol) de melhor atriz (Candela Peña), atriz revelação (Micaela Nevárez) e música original (Manu Chao, por "Me Llaman Calle").

O drama conta a história de duas mulheres que são prostitutas: Caye, uma espanhola cuja família de classe média ignora seu modo de vida, e Zulema, uma imigrante dominicana que usa o dinheiro para sustentar o filho em sua terra natal. Confira o trailer no site oficial do filme (www.princesasofilme.com.br).

Compartilhe

Twitter Delicious Windows Live MySpace Facebook Google Digg

Leia mais

- Saiba mais sobre a grife Daspu
Daspu se prepara para exportar lingerie para a França

Especial

- Leia o que já foi publicado sobre a Daspu

Comunicar erros Enviar por e-mail Imprimir

ilustrada

MÚSICA "Let it be", último álbum dos Beatles, completa 40 anos

ELOGIOS

"Kristen Stewart não recusa risco", diz Walter Salles

TV

"Almanaque Brasil" traz curiosidades ligadas ao país

FOLHA ONLINE

DINHEIRO Europa fecha pacote de 750 bi de euros para fortalecer moeda

COTIDIANO

Justiça decreta prisão de suspeito de ex no Rio

BRASIL

FHC diz que não descarta chapa Serra-Aécio

Venha Conhecer o Joe

Saiba tudo sobre aquecimento global e consumo sustentável. Acesse já! BlogdoJoe.com.br

Câmera Olympus por R\$ 349

12MP, LCD de 2.7, zoom digital. Pague em 12x sem juros. Compre já! www.CompraFacil.com.br

Rádio com MP3 AR 70

Imperdível. Apenas R\$199,00. Entregamos em todo Brasil www.monumentovirtual.com.br

Natura Águas Refrescante

Presenteie a mulher que você mais ama com uma colônia especial. www.diadasmaesnatura.com.br

Saúde Sexual Masculina

Tratamentos para homens com dificuldades de ereção. Saiba mais www.promen.com.br

TV 26 LCD no Submarino

LCD LG com entrada para PC. Super oferta em até 12x sem juros! www.Submarino.com.br

busca

Folha Online Folha de S.Paulo

Search input field with 'Buscar' button

+tidas +comentadas +enviadas

- 1. Kate Moss forma banda com namorado, guitarrista do The Kills
2. Casal da saga "Crepúsculo" teria assumido namoro para Oprah Winfrey
3. Site revela capa do disco de Miley Cyrus
4. Em "Viver a Vida", Teresa fica com Marcos, que é pai do filho de Dora
5. "Viver a Vida" tem pior audiência da década e recorde de merchandising

MRV Engenharia advertisement: 'Nas grandes decisões, não conte com a sorte. CONTE COM A MRV.'

folhashop

Form to compare prices: 'Digite produto ou marca', 'Compare preços'

FOLHA

Folha de S. Paulo Receba 15 dias de Folha grátis. Assine já!

iMac em 12x O melhor computador você encontra aqui.

Folha de S. Paulo Receba 15 dias de Folha grátis. Assine já!

Notebook Asus Color 7" 512MB 4GB a partir de R\$ 999.

TV LG Scarlet 42" LCD Widescreen a TV mais fina do mundo.

Harley Davidson Diversos modelos a partir de apenas R\$ 25.000.

Mont Blanc Individual Masculino 75 ml em até 10x.

GPS 4x R\$ 95 Se localize com GPS mais barato de mercado.

Audi TT Turbo Um dos carros mais luxuosos pelo menor preço.

Samsung D880 LANÇAMENTO! Opera com 2 linhas diferentes.

Monitor LG LCD 19" pelo menor preço em até 12x.

Câmera Sony T2 12x 8.1MP e touch panel pague em até 12x.

BlackBerry advertisement: 'LIVE what you do on BBM. Saiba quando sua mensagem foi enviada, recebida e lida. Conheça o BlackBerry® Messenger'

CURSOS ON-LINE: Aprenda Inglês Alemão

Cinefilo advertisement: Aprenda filosofia através de filmes cultuados mundialmente. R\$39,90 compre!



Mas você vai gostar de saber o que fizemos com ela.



COSTA RICA A R\$ 2*
*Reserve 3 noites e ganhe uma por R\$2

FOLHA ONLINE

www.folha.com.br
Segunda-feira, 10 de maio de 2010

Experimente a nova
FOLHADIGITAL

ilustrada

Comunicar erros Enviar por e-mail Imprimir

18/06/2008 - 15h01

Grife de prostitutas apresenta coleção verão 2009 em SP

da Folha Online

PUBLICIDADE

Em clima de [São Paulo Fashion Week](#), a grife de prostitutas Daspu --criada pela ONG Davida em 2005-- apresenta nesta sexta-feira (20), em São Paulo, sua coleção verão 2009. O lançamento será às 21h, na Praça Roosevelt, em uma parceria com o grupo teatral Os Satyros.



Desfile da Daspu em 2007; grife apresenta coleção verão 2009 em SP nesta sexta (20)

Intitulada "As Cruzadas - Entre o Botão e a Espada", a coleção, apresentada no Fashion Rio na semana passada, foi desenvolvida em parceria com uma equipe de estilo, formada por profissionais, alunos e ex-alunos dos cursos de Design da universidade Fumec, de Belo Horizonte.

Segundo a nova equipe, a coleção trata de "uma cruzada que reflete a batalha Daspu, onde prostitutas e simpatizantes são modelos de resistência, de identidade e de afirmação, criando moda para criar respeito e auto-estima, sem perder a sedução, o humor e a ironia da grife".

O Instituto Embeleze vai fazer cabelo e maquiagem das modelos, que usarão sapatos da grife carioca de calçados Pé de Anjo. Segundo a assessoria, o desfile contará a participação de prostitutas da própria Daspu e das associações Vitória-Régia, de Ribeirão Preto, e Mulheres Guerreiras, de Campinas.

Pouco antes do desfile, a atriz Paula Cohen fará intervenção artística com a sua personagem Neusa Sueli, de "Navalha na Carne", do Plínio Marcos, com participação do ator Gero Camilo.

O evento recebe apoio do programa de DST/Aids de Campinas e do programa estadual de DST e Aids de São Paulo.

Desfile Daspu em SP

Quando: sexta-feira (20), às 21h
Onde: pça. Roosevelt, Centro, São Paulo
Quanto: grátis

Compartilhe

twitter delicious Windows Live MySpace facebook Google digg

Leia mais

- [Espetáculo em SP discute vida das prostitutas](#)
- [Grife Daspu vai desfilar no centro de SP](#)
- [Meninas da Daspu "soltam o verbo": confira trechos](#)
- [ONG de prostitutas vai processar suspeitos de espancar mulher no Rio](#)

Especial

- [Leia o que já foi publicado sobre Daspu](#)

LIVRARIA DA FOLHA

PUBLICITARIOAL

- [Erika Palomino narra o surraimento das semanas de moda em livro; leia trecho](#)
- [Livro "traduz" 2.000 termos do universo fashion](#)
- [Guia ensina como se divertir em São Paulo sem pagar nada](#)
- [DICIONÁRIO HOUAISS na nova ortografia de R\\$ 250,00 por R\\$ 174,90; economize 30%!](#)
- [IDIOMAS: Inglês e mais 6 línguas em lições de 15 min. com livro e CD. Desconto de 20%!](#)
- [Confira os livros que deram o que falar na semana](#)

Comunicar erros Enviar por e-mail Imprimir

ilustrada

MÚSICA
"Let it be", último álbum dos Beatles, completa 40 anos

ELOGIOS
"Kristen Stewart não recusa risco", diz Walter Salles

TV
"Almanaque Brasil" traz curiosidades ligadas ao país

FOLHA ONLINE

DINHEIRO
Europa fecha pacote de 750 bi de euros para fortalecer moeda

COTIDIANO
Justiça decreta prisão de suspeito de ex no Rio

BRASIL
FHC diz que não descarta chapa Serra-Aécio

PUBLICIDADE

Rádio com MP3 AR 70
Imperdível. Apenas R\$199,00. Entregamos em todo Brasil
www.monumentovirtual.com.br

TV 26 LCD no Submarino
LCD LG com entrada para PC. Super oferta em até 12x sem juros!
www.Submarino.com.br

Mais Diversão com Intel
Core 2010! Assista a vídeos, rode jogos sem perder velocidade, acesse
www.intel.com

Presente Dia das Mães
Veja o que a Nature preparou para as mulheres que sempre nos inspiram
www.diasdasmaesnature.com.br

Restaurante Bazzar - RJ
Descubra as variedades de produtos Bazzar! Molhos e coberturas prontas
www.Bazzar.com.br

Golden Guia
Conhece o Golden Guia? Aqui você encontra o serviço que procura
www.GoldenLight.biz

busca

Folha Online Folha de S. Paulo

+tidas **+comentadas** **+enviadas**

1. Kate Moss forma banda com namorado, guitarrista do The Kills
2. Casal da saga "Crepúsculo" teria assumido namoro para Oprah Winfrey
3. Site revela capa do disco de Miley Cyrus
4. Em "Viver a Vida", Teresa fica com Marcos, que é pai do filho de Dora
5. "Viver a Vida" tem pior audiência da década e recorde de merchandising

PUBLICIDADE

14ª CULTURA INGLESA FESTIVAL

A trama apresenta quatro situações do cotidiano, nas quais pequenos conflitos estão prestes a se desencadear simultaneamente.

PUBLICIDADE

folhashop

Digite produto ou marca

Vitória Flats
Aluguel Exclusivo de Flats por 3 à 12 meses

Folha de S. Paulo
Receba 15 dias de Folha grátis. Assine Já!

Alpha Park
A escolha certa para morar.

Silence Acústica
Janelas e Portas Antirruído, 20% OFF

Dell Note 3GB
Intel® Core™ 2 Duo por R\$ 1.799 em 12x!

Assine SKY
Adesão Zero para todo Brasil.

Soletrol
Saiba quanto custa um aquecedor solar!

Vale Suíço Resort
O mais belo resort das montanhas! Aproveite!

Dell Note 3GB
Intel® Core™ 2 Duo por R\$ 1.799 em 12x!

Assine SKY
Instalação Grátis para todo Brasil.

Flores Online
Flores e muito mais. Envie agora mesmo.

Gafisa Tatuapé
204m² - 4 vagas - 4 suítes R\$1.251.052,53.

CMA Educacional
Cursos para investir em ações e opções.

LIVE
what you do on BBM

Um lugar para você se abrir com os seus amigos verdadeiros.

[Conheça o BlackBerry® Messenger](#)

CURSOS ON-LINE

Aprenda

Inglês Alemão

O Clube do Filme
Pai e filho tomam-se íntimos em sessões de cinema
R\$24,99
compre!

QUER VIRAR ESPECIALISTA EM FUTEBOL? PASSE O MOUSE E DESCUBRA COMO

TECNISA Mais construtora por m². Faça agora com nossos corretores

Experimente a nova FOLHADIGITAL acesse

ilustrada

Comunicar erros Enviar por e-mail Imprimir

07/06/2006 - 15h11

Daspu acusa Fashion Rio de preconceito e faz desfile paralelo

DIÓGENES MUNIZ da Folha Online

Apesar de ter ficado fora da Fashion Rio Primavera/Verão 2006-2007, a polêmica grife de prostitutas Daspu não quer perder a badalação que toma a capital carioca nesta semana. O grupo já tem data marcada para seu contra-ataque ao mainstream fashionista: um desfile paralelo, sexta-feira (9), no Circo Voador.



No evento, a marca criada pelas prostitutas da ONG Davida lança sua primeira linha completa de roupas, inspirada no universo caminhoneiro e com um nome insinuante: "Daspu na Pista - BR 69". A linha vem com saias, vestidos, tops, shorts, macacões, bermudas, calças e até biquínis. As camisetas terão mensagens como "Me aprecie com moderação" e "As mulheres perdidas são as mais encontradas".

"Eles [organização da Fashion Rio] nunca nos convidaram e eu tenho certeza de que é preconceito. Então vamos aproveitar que a mídia de moda vai estar toda aqui", diz a idealizadora da linha, Rafaela Monteiro, 27.

Segundo a estilista, o suposto preconceito com a grife é fruto de conservadorismo. "Isto porque estamos num país completamente católico", afirma Rafaela, na Daspu há três meses.

Neste desfile a grife não conta apenas com prostitutas na passarela. "Nós vamos brincar com a ideia de que uma prostituta tem algo que demonstre isso. Prostitutas e não-prostitutas estarão na pista. Vamos ver se conseguem diferenciar", desafia.

O desfile começa às 19h. Ao meio-dia, a Moda Fusion anuncia um projeto social que une Daspu e os looks da estilista francesa Fifi no desenvolvimento de lingerie.

A assessoria da Fashion Rio se limitou a dizer que, para participar dos desfiles, é necessário encaminhar projetos para a organização do evento, o que a Daspu nunca teria feito. Estes projetos, ainda segundo a assessoria, são votados e escolhidos por "pessoas da moda".

Compartilhe

twitter delicious Windows Live MySpace facebook Google digg

Leia mais

- Saiba mais sobre a grife Daspu
Grifes paulistas estreiam nas passarelas do evento carioca
Com DJ jamaicano, Sommer estreia no Fashion Rio

Especial

- Leia o que já foi publicado sobre a Daspu
Leia o que já foi publicado sobre o Fashion Rio

Comunicar erros Enviar por e-mail Imprimir

ilustrada

MÚSICA "Let it be", último álbum dos Beatles, completa 40 anos
ELOGIOS "Kristen Stewart não recusa risco", diz Walter Salles
TV "Almanaque Brasil" traz curiosidades ligadas ao país

FOLHAONLINE DINHEIRO Europa fecha pacote de 750 bi de euros para fortalecer moeda
COTIDIANO Justiça decreta prisão de suspeito de ex no Rio
BRASIL FHC diz que não descarta chapa Serra-Aécio

Residencial Joy Residence Mais conforto e segurança para vc. Supreenda-se com essa conquista!
Telão Doméstico R\$45,00 Monte você mesmo seu telão. Frete grátis para todo o Brasil
Keith Prowse Brazil Venda de tickets para as melhores atrações no exterior há 230 anos

Golden Guia Conheça o Golden Guia? Aqui você encontra o serviço que procura
Supreenda Sua Parceira Consulte a ProMen e tenha mais qualidade no desempenho sexual!
Publicamos O Seu Livro e vendemos nas grandes livrarias. Faça o lançamento na Bienal de SP

busca

Folha Online Folha de S. Paulo Buscar

+tidas +comentadas +enviadas

- 1. Kate Moss forma banda com namorado, guitarrista do The Kills
2. Casal da saga "Crepúsculo" teria assumido namoro para Oprah Winfrey
3. Site revela capa do disco de Miley Cyrus
4. Em "Viver a Vida", Teresa fica com Marcos, que é pai do filho de Dora
5. "Viver a Vida" tem pior audiência da década e recorde de merchandising

Conquiste sua qualidade de vida. Passe o mouse

folhashop Digite produto ou marca Compare preços
Coibim Odonto Implante Dentário em até 5x. Av. Paulista
Folha de S. Paulo Receba 15 dias de Folha grátis. Assine Já!
Alpha Park A escolha certa para mojar.
Silence Acústica Janelas e Portas Antirruído, 20% OFF
Dell Note 3GB Intel® Core™ 2 Duo por R\$ 1.799 em 12x!
Assine SKY Adesão Zero para todo Brasil.
Soletrol Saiba quanto custa um aquecedor solar!
Vale Suíço Resort O mais belo resort das montanhas! Aproveite!
Dell Note 3GB Intel® Core™ 2 Duo por R\$ 1.799 em 12x!
Assine SKY Instalação Grátis para todo Brasil.
Flores Online Flores e muito mais. Envie agora mesmo.
Caifisa Tatuapé 137m² - 4 ou 3 dorms. A partir de R\$566mil.
Notebook HP Encontre aqui diversos modelos em até 10x.

L:VE what you do on BBM
Saiba quando sua mensagem foi enviada, recebida e lida.
Conheça o BlackBerry® Messenger

CURSOS ON-LINE Aprenda Inglês Alemão

O Clube do Filme Pai e filho tomam-se íntimos em sessões de cinema R\$24,99 compre!



Salva quando sua mensagem foi enviada, recebida e lida.
> Conheça o BlackBerry® Messenger

BlackBerry

ASSINE UOL
0800 703 3000
A PARTIR DE R\$ 9,90/mês

UOL Entretenimento

- Blogs
- Fotos
- Guia Cultural SP
- Guia da Semana
- Jogos Online
- Notícias
- Vídeos
- Arte
 - o Bienal de SP
 - o Biografias
 - o Exposições em São Paulo
 - o Museus e galerias
- Celebridades
 - o Quem deu o que falar
 - o Sites oficiais
- Cinema
 - o Em cartaz - outras cidades
 - o Em cartaz em SP
 - o Estreias
- Crianças
 - o Programação em SP
 - o Programação em São Paulo
- Espetáculos
 - o Em cartaz em São Paulo
 - o Omstrab
 - o Os Satyros
 - o Parlapatões
 - o Teatro de Arena
 - o Teatro Oficina
- Humor
- Jovem
- Livros
 - o Cult
 - o Cultvox
 - o EntreLivros
 - o Mais!
 - o Publifolha
 - o Recanto das Letras
 - o Resenhas
 - o Trechos
 - o Trópico
- Televisão
 - o Big Brother Brasil 10
 - o Novelas
 - o Programação de TV
- Música
 - o Letras de música
 - o Rádio UOL
 - o Shows em outras cidades
 - o Shows em SP
- Noite
 - o Bares em SP
 - o Para dançar em SP
 - o !Oba Oba
- Restaurantes
 - o Guia Cultural SP
 - o Guia da Semana
 - o Guia do Josimar
- Revistas
 - o Cult
 - o Entrelivros
 - o Photos
 - o Revista Raiz
 - o Trópico

09/06/2006 - 21h24

Daspu desfila em 'borracharia' para homenagear caminhoneiros



RIO DE JANEIRO (Reuters) - A Daspu, grife formada por prostitutas do Rio de Janeiro, prestou uma homenagem a quem considera seu melhor cliente, os caminhoneiros, em seu desfile de primavera-verão nesta sexta-feira, no Circo Voador, Rio de Janeiro.

O cenário de Cringo Cardia imitava uma borracharia e, enquanto dois mecânicos trabalhavam com pneus, as modelos iam desfilando as novas criações assinadas pela estilista Rafaela Monteiro.

O desfile aconteceu na mesma semana em que a mídia especializada em moda se reúne na Marina da Glória, onde acontece o Fashion Rio.

"Daspu na Pista -- BR69" era um dos slogans de uma camiseta. Em outra, amarela e com a gola verde, trazia um grande 69 nas costas e a frase na frente "Ser brasileiro não é para principiante".

Os pendurcalhos típicos de retrovisores de caminhões viraram acessórios para compor os looks, como colares e pingentes. Em uma espécie de saída de banho, usada por cima de um biquíni, estava a frase "Me aprecie com moderação".

Ao lado dos mecânicos, surgia vez ou outra um personagem do sexo masculino, representando o cafetão ou caminhoneiros. Entre as 20 modelos, apenas metade era prostituta, diferentemente de desfiles anteriores. As outras dez modelos, que não foram identificadas de propósito, eram donas de casa, professoras e outras trabalhadoras.

Entre as roupas apresentadas durante pouco mais de 20 minutos, estavam macaquinhos, biquínis e peças em jeans, malharia e lycra. Na tabela de cores, verde água, turquesa, amarelo limão e lilás.

(Por Bruno Domingos)

[ÍNDICE DE DIVERSÃO E ARTE](#) [IMPRIMIR](#) [ENVIE POR EMAIL](#)

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

04/02/2010

17h49 - Novos filmes com personagens da "DC Comics" serão anunciados em breve

17h48 - Maior feira de música da Europa apresenta substituto do MP3

17h29 - Amy Winehouse deve voltar ao Caribe na próxima semana, diz tabloide

17h25 - Brittany Murphy morreu de pneumonia e intoxicação, diz legista

17h18 - Unidades do Sesc promovem temporadas de dança

17h17 - Livro "Os Deuses no Exílio" é mais que uma crítica à Igreja Católica

17h17 - Travolta tenta desbancar "Avatar" com "Dupla Explosiva"

17h16 - Médico de Michael Jackson negocia se entregar à Justiça

17h06 - Veja vídeo de O Último Mestre do Ar

17h00 - "Eclipse" terá mais cenas de batalhas

Shopping UOL

Computadores:
Encontre aqui modelos a partir de apenas R\$ 545.

Novo Ford Ka
2008/2008 8V Flex. Ache aqui pelos melhores preços.

GPS
Ache aqui diversas marcas pelos melhores preços.

UOL Links Patrocinados

Keith Prowse Brazil
Venda de tickets para as melhores atrações no exterior há 230 anos
www.keithprorowse.com.br

Publicamos O Seu Livro
e vendemos nas grandes livrarias. Faça o lançamento na Bienal de SP
www.allprinteditora.com.br

Astrologia Zeca Cochrane
Saiba mais sobre você! Visite nosso site
zeaacochrane.sites.uol.com.br

Livros em PDF
Loja virtual com dezenas de ebooks para download. Acesse e confira!
www.livrariapdf.com

Livros Religiosos
Aprenda mais sobre sua fé! Conheça os títulos da Boa Nova
www.boanova.net

Sirva-se na Web
Conheça o melhor dos restaurantes de São Paulo, acesse:
www.sirvasenaaweb.com.br

Levi's® Music
Você escolhe a banda e ela ganha um show pra 8 milhões de pessoas. Vote
LevisMusic.com.br

Pão De Açúcar Delivery
Visite a seção de padaria e veja a variedade de itens. Compre online!
www.PaoDeAcucar.com.br/Padaria

Anuncie Seu Imóvel
Facilidades p/ vender seu imóvel na Pronto! Faça seu cadastro e conheça
www.Pronto.com.br/Anuncio_Imovel

The Mentalist No SBT
Estreia dia 21 de Abril às 21h. Clique e veja o trailer!
www.Sbt.com.br

Divirta-se de Carro Novo
Veículos novos e usados com as melhores ofertas que você já viu!
www.MeuCarroNovo.com.br

Livro Infantil e Romance
Atualize-se com o que há de melhor na literatura espírita
www.olivroespírita.com.br

Anuncie aqui

- Blogs
- Fotos
- Guia Cultural SP
- Guia da Semana
- Jogos Online
- Notícias
- Vídeos
- Arte
 - Bienal de SP
 - Biografias
 - Exposições em SP
 - Museus e galerias
- Celebidades
 - Quem deu o tom
 - Sites oficiais
- Cinema
 - Em cartaz - outras cidades
 - Em cartaz em SP
 - Estreias
- Crianças
 - Programação em SP
 - Programação em outras cidades
- Espetáculos
 - Em cartaz em SP
 - Omstrab
 - Os Satyros
 - Parlapatões
 - Teatro de Avenida
 - Teatro Oficina
- Humor
- Jovem
- Livros
 - Cult
 - Cultvox
 - EntreLivros
 - Mais!
 - Publifolha
 - Para dançar em SP
 - Resenhas
 - Trechos
 - Trópico
- Televisão
 - Big Brother Brasil
 - Novelas
 - Programação de TV
- Música
 - Letras de música
 - Rádio UOL
 - Shows em outras cidades
 - Shows em SP
- Noite
 - Bares em SP
 - Para dançar em SP
 - Oba Oba
- Restaurantes
 - Guia Cultural SP
 - Guia da Semana
 - Guia do Josimar
- Revistas
 - Cult
 - Entrelivros
 - Photos
 - Revista Raiz
 - Trópico

11/04/2006 - 14h06

Prostitutas da Daspu param o trânsito da rua Augusta em SP

REUTERS

Por Fernanda Ezabella

SÃO PAULO (Reuters) - Garotas de programa desfilando pela rua Augusta, na noite de segunda-feira, não deveriam ser motivo de tanto barulho, uma vez que a região é famosa pelas casas de massagem e boates de strip-tease com coloridos letreiros de néon.

Mas, graças a um batalhão de fotógrafos e jornalistas que seguiram as mulheres pela calçada, formando um grupo bem maior que o das próprias prostitutas, o desfile parou o trânsito da famosa rua do centro de São Paulo.

O evento foi organizado pela Daspu, marca de roupa carioca criada por garotas de programa da ONG DaVida, para apresentar as novas peças de sua coleção. Foi o primeiro desfile aberto em São Paulo e contou com garotas recrutadas na própria noite da cidade.

"Fiquei surpresa, porque aqui elas (prostitutas) aceitaram numa boa, adoraram a idéia de desfilar. No Rio, quando vamos na zona procurar gente para o desfile, elas fazem doce, talvez por causa da família, que não sabe que elas são garotas de programa", disse Jane Eloy, modelo oficial da Daspu.

"Acho isso ótimo, porque está acabando o preconceito, elas não têm vergonha", continuou. "Fora que é em São Paulo que vendemos mais. Acho que é por causa do trocadilho com Daslu, paulistano não gosta mesmo da Daslu", observou Jane, citando o templo do luxo de Eliana Tranchesi, que chegou a ameaçar entrar na Justiça por causa do nome Daspu.

Desde o final do ano passado, quando começou a desfilando no Rio, Jane contou que sua vida mudou. O preço de meia hora de programa na Praça Tiradentes, centro da cidade, mais que dobrou e ela agora finaliza um livro, ainda sem editora, mas já com nome, "As Histórias Reais de uma Prostituta Sem Limites".

A estilista Rafaela Monteiro, que fechou uma parceria com a Daspu há apenas algumas semanas, criou três vestidos para a coleção -- um deles um tomara-que-caia de malha preto -- e uma camiseta branca imitando a da seleção brasileira, com o número 69 nas costas e a frase na frente "ser brasileiro não é para principiante".

"Eu digo que sou estilista, e não prostituta. Eu faço caridade, eu dou de graça", brincou a estilista no camarim improvisado, referindo-se ao fato de não cobrar nada pelas peças criadas.

Ela conversou com os jornalistas no camarim montado em um hotel em frente ao Vegas Club, uma boate fora dos padrões das casas da região, frequentada por moderninhos de São Paulo.

Após o desfile pela calçada do hotel, as modelos atravessaram a rua, parando o trânsito enquanto fotógrafos e cinegrafistas registravam tudo. Na sequência, entraram na boate lotada, arrastando os jornalistas, entre eles editoras de moda que normalmente sentam na primeira fileira dos desfiles da São Paulo Fashion Week.

"Era uma coisa que todo mundo em São Paulo estava aguardando, por isso toda essa empolgação. Uma coisa assim, com esse humor, com esse nome, só poderia ter surgido no Rio", disse o estilista Mario Queiroz. "As produções autorais, que a gente vê na rua mesmo, são mais chocantes. Mas achei superimportante, a moda é inspiração, e dava pra ver alegria na cara dessas meninas."

Ao final, as modelos retornaram ao camarim para tirar as roupas do desfile. Algumas voltaram para dançar ao som da funkera Deize Tigrone, no Vegas, outras foram trabalhar, como foi o caso da stripper Rosana Cardoso, 24 anos.

"Achei o máximo, principalmente quando todo mundo começou a gritar para mim e eu a gritar de volta. Mas agora é se trocar e trabalhar", disse Rosana, que seguiu para a Nova Babilônia, casa vizinha ao Vegas.

ÍNDICE DE DIVERSÃO E ARTE IMPRIMIR ENVIE POR EMAIL

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

04/02/2010

17h49 - Novos filmes com personagens da "DC Comics" serão anunciados em breve

17h48 - Maior feira de música da Europa apresenta substituto do MP3

17h29 - Amy Winehouse deve voltar ao Caribe na próxima semana, diz tabloide

17h25 - Brittany Murphy morreu de pneumonia e intoxicação, diz legista

17h18 - Unidades do Sesc promovem temporadas de dança

17h17 - Livro "Os Deuses no Exílio" é mais que uma crítica à Igreja Católica

17h17 - Travolta tenta desbancar "Avatar" com "Dupla Explosiva"

17h16 - Médico de Michael Jackson negocia se entregar à Justiça

17h06 - Veja vídeo de O Último Mestre do Ar

17h00 - "Eclipse" terá mais cenas de batalhas



Frases divertidas e irreverentes nas camisetas da marca Daspu

MAIS FOTO

Shopping UOL

Computadores:
Encontre aqui modelos a partir de apenas R\$ 545.

Novo Ford Ka
2008/2008 8V Flex. Ache aqui pelos melhores preços.

GPS
Ache aqui diversas marcas pelos melhores preços.

UOL Links Patrocinados

Anuncie Seu Imóvel
Facilidades p/ vender seu imóvel na Prontof. Faça seu cadastro e conheça www.Pronto.com.br/Anuncie_Imovel

Quer Trocar de Carro?
Encontre mais de 200 mil ofertas, 8 mil revendas. Novos e usados aqui www.MeuCarroNovo.com.br

Nintendo DS Lite Vermelho
Por apenas R\$ 599,40 ou em até 12x iguais de R\$ 49,95. Compre já! www.CompraFacil.com.br

Rádio com MP3 AR 70
Imperdível. Apenas R\$199,00. Entregamos em todo Brasil www.monumentovirtual.com.br

Seu Filho Merece!
Todos os brinquedos dos personagens preferidos do seu filho. Aproveite! Americanas.com.br/Crianca

Molhos e Coberturas - RJ?
Descubra as variedades de produtos Bazzar. Molhos e coberturas prontas www.Bazzar.com.br

Presente Dia das Mães
Veja o que a Natura preparou para as mulheres que sempre nos inspiram www.diadasmaesnatura.com.br

Mais Diversão com Intel
Core 2010! Assista a vídeos, rode jogos sem perder velocidade, acesse www.intel.com

Baby&Co.
Melhores Roupas Infantis até 6 anos GAP, Polo Ralph Lauren, Carter's www.babyandco.com.br

Keith Prowse Brazil
Venda de tickets para as melhores atrações no exterior há 230 anos www.keithprorowse.com.br

Publicamos O Seu Livro
e vendemos nas grandes livrarias. Faça o lançamento na Bienal de SP www.allprinteditora.com.br

Astrologia Zeca Cochrane
Saiba mais sobre você! Visite nosso site zecaocochrane.sites.uol.com.br

Anuncie aqui

UOL Entretenimento • Últimas Notícias

- Blogs
- Fotos
- Guia Cultural SP
- Guia da Semana
- Jogos Online
- Notícias
- Vídeos

- Arte
- Celebridades
 - Quem deu o que falar
 - Sites oficiais
- Cinema
 - Em cartaz - outras cidades
 - Em cartaz em SP
 - Estreias
- Crianças
- Espetáculos
- Humor
- Jovem
- Livros
- Televisão
 - Big Brother Brasil 10
 - Novelas
 - Programação de TV
- Música
 - Letras de música
 - Rádio UOL
 - Shows em outras cidades
 - Shows em SP
- Noite
- Restaurantes
- Revistas

PÁGINAS ESPECIAIS

- Cirque du Soleil no Brasil
 - Grafite em São Paulo
- ARQUIVO

SITES ARTISTAS BLOGS

Ana Maria Bahiana
Na TV, cada vez melhor, a redenção de Al Pacino

Mara Gama Blog Design
Engratados e empilhados

Lenise Pinheiro e Nelson Sá Caciada
O Beijo Um Brasileiro

02 Neurônio
Perca a sogra mas não perca a piada

Ilustrada no Cinema
Medo de cinema

Carla Pernambuco Blog de moda

MUDAR TAMANHO DA LETRA IMPRIMIR ENVIAR POR EMAIL COMUNICAR ERRO

13/06/2008 - 10h34

Estilo Daspu ganha fôlego em parceria com designers de moda

REUTERS

RIO DE JANEIRO (Reuters) - As cores das camisinhas deram o tom às criações da grife de prostitutas Daspu, que apresentou na noite de quinta-feira a coleção de verão 2009, "Cruzadas, entre o Botão e a Espada", desta vez elaborada em parceria com um grupo de profissionais da moda.

Inspirados nelas e "no conceito de rua", os modelos foram desenvolvidos por integrantes do Curso de Design de Moda da Universidade Fumec, de Belo Horizonte.

A coleção renovou a bandeira de "mudar atitudes", com imagens e frases que fazem referência às prostitutas e exploram a sensualidade. A coroa reinou nas estampas e, por vezes, vinha com a inscrição "PU" na base.

"A coroa representa o universo da rainha e quando a imagem é virada se transforma no peito, que faz parte do corpo. E o universo delas está no corpo", disse a diretora do curso de Design de Moda da Fumec, Gabriela Ferreira Torres.

A experiente Maria Nilce, profissional do sexo que integra os desfiles desde a estréia da Daspu, abriu a noite com um minivestido cinza e preto, num estilo mais sóbrio, que logo foi se desfazendo com modelos coloridos, curtos e decotados.

Pink e verde-limão prevaleceram, lembrando as camisinhas, mas o vermelho também foi soberano. Camisetas e vestidos de malha, frequentes desde a fase inicial da grife, permanecem, mantendo o espírito combativo.

"Dentro do contexto de batalha, buscamos frases entre elas, adaptamos trocadilhos, fizemos referências à postura que adotam na rua e exploramos frases que aumentam a auto-estima, como a Daspu vem fazendo desde o início", explicou Rangel Malta, 27, formado em design gráfico e integrante do grupo que criou os modelos.

O desfile, no circuito off-Fashion Rio, foi na quadra da Unidos da Tijuca, e o casamento Daspu-samba teve o ponto alto nas mãos da modelo Nana Gouvêa, habitué do Carnaval carioca. Com coletinho e short pretos, com a coroa da grife aplicada em dourado, Nana esquentou a passarela ao tirar a parte de cima da roupa e cobrir os seios com as mãos e o longos cabelos.

A grife de prostitutas Daspu, criada pela organização não-governamental Davida em 2005, gera recursos para projetos sociais da entidade. A ONG, coordenada por Gabriela Leite, é destinada a prostitutas e clientes, atuando na prevenção de doenças sexualmente transmissíveis (DSTs) e Aids.

A "cruzada", segundo a ONG, "reflete a batalha Daspu, onde prostitutas e simpatizantes são modelos de resistência, de identidade e de afirmação, criando moda para criar respeito e auto-estima, sem perder a sedução, o humor e a ironia da grife".

(Por Maria Pia Palermo)

UOL Celular

Acompanhe as notícias do UOL no seu celular.
Saiba como: celular.uol.com.br

MUDAR TAMANHO DA LETRA IMPRIMIR ENVIAR POR EMAIL COMUNICAR ERRO

Compartilhe: Facebook Twitter Orkut Delicious Myspace Digg Bookmarks

Mais UOL Entretenimento

Home

Últimas Notícias

Mais notícias



Pânico na TV
Programa de humor conquista vice-liderança isolada no Ibope



Talento genético
Prima de Susan Boyle surpreende jurados de reality show



Cinema
Tropa de Elite 2 tem pedido para gravar na Câmara vetado



Mateus Solano
Ator diz que trabalha dobrado, mas não ganha por dois

12h13 Lena Horne, uma das primeiras atrizes negras de Hollywood, morre aos 92 anos

12h09 Veja dicas de atrações da Virada Cultural em São Paulo

12h09 Grávida de gêmeos, Giovanna Antonelli revela que um dos bebês é menina

12h06 Será que o 3D vai durar?

11h56 Ana Maria Braga cai da cadeira no "Mais Você"

11h52 Filme de Ken Loach entra no último minuto em Cannes

Receba notícia

CLIPPING BOLETIM CELULAR RSS TWITTER

PATROCINADOR
Submarino

Shopping UOL
Compare preços

Sony H20



A partir de 6x de R\$ 153,05. Compre já a sua!

Jaquetas Masculinas

Fila World Collection a partir de R\$ 129,90

Anuncie no Shopping UOL

UOL LINKS PATROCINADOS

Via Embratel TV
Instalação + Telecine grátis. A partir R\$59,90. Ligue: 3003-5407. assinetr.com.br/promoao

Bebidas No Pão De Açúcar
Bebidas e outros produtos pra você comprar online e receber em casa. www.PaoDeAucar.com.br/Bebidas

Whisky Festival
Confira os bares participantes e viva o jeito escocês de ver a vida! www.whiskyfestival.com.br

Procurando Um Carro Novo?
Compre ou venda seu veículo. Confira no site. Serviços gratuitos. www.Autopan.com.br

Balada Hoje... Vai Vestir
o que? Aproveite a Feira Circuito das Malhas e fique linda na night! www.feiradocircuito.dasmalhas.com.br

Anuncie Seu Imóvel
Facilidades p/ vender seu imóvel na Pronto! Faça seu cadastro e conheça www.Pronto.com.br/Anuncie_Imovel

Quer Trocar de Carro?
Encontre mais de 200 mil ofertas, 8 mil revendas. Novos e usados aqui www.MeuCarroNovo.com.br

Seu Filho Merece!
Todos os brinquedos dos personagens preferidos do seu filho. Aproveite! Americanas.com.br/Citancia

Mais Diversão com Intel
Core 2010! Assista a vídeos, rode jogos sem perder velocidade, acesse www.intel.com

Keith Prowse Brazil
Venda de tickets para as melhores atrações no exterior há 230 anos www.keithprorowse.com.br

Livros em PDF
Loja virtual com dezenas de ebooks para download. Acesse e confira! www.livranapdf.com

Livros Religiosos
Aprenda mais sobre sua fé! Conheça os títulos da Boa Nova www.boanova.net

Anuncie aqui

UOL Entretenimento no **Twitter**

Mais twitters do UOL

NO UOL UMA VANTAGEM
LEVA A OUTRA

ASSINE JÁ!
CLIQUE OU LIGUE:
0800 703 3000

A partir
de R\$ **90**
/mês



Sua compra
protegida.

PUBLICIDADE

UOL Entretenimento

- Blogs
- Fotos
- Guia Cultural SP
- Guia da Semana
- Jogos Online
- Notícias
- Vídeos
- Arte
 - Bienal de SP
 - Biografias
 - Exposições em SP
 - Museus e galerias
- Celebridades
 - Quem deu o nome
 - Sites oficiais
- Cinema
 - Em cartaz - ou em cidades
 - Em cartaz em SP
 - Estreias
- Crianças
 - Programação em SP
 - Programação RJ
- Espetáculos
 - Em cartaz em SP
 - Omstrab
 - Os Satyros
 - Parlapatões
 - Teatro de Arena
 - Teatro Oficina
- Humor
- Jovem
- Livros
 - Cult
 - Cultvox
 - EntreLivros
 - Mais!
 - Publifolha
 - Recanto das Letras
 - Resenhas
 - Trechos
 - Trópico
- Televisão
 - Big Brother Brasil
 - Novelas
 - Programação de TV
- Música
 - Letras de música
 - Rádio UOL
 - Shows em outros estados
 - Shows em SP
- Noite
 - Bares em SP
 - Para dançar em SP
 - !Oba Oba
- Restaurantes
 - Guia Cultural SP
 - Guia da Semana
 - Guia do Jossim
- Revistas
 - Cult
 - Entrelivros
 - Photos
 - Revista Raiz
 - Trópico

14/01/2006 - 00h47

Betty Lago desfila ativismo da Daspu no centro do Rio

REUTERS

Por Maria Pia Palermo

RIO DE JANEIRO (Reuters) - Em clima de Fashion Rio às avessas, a atriz Betty Lago desfilou nesta noite de sexta-feira para a Daspu no centro da cidade, no meio da zona de trabalho das prostitutas que produzem a marca.

Em 1991, no Museu de Arte Moderna, o evento oficial da moda carioca atingia seu ápice, ao receber a top Gisele Bündchen na passarela da última apresentação do dia.

Numa rua estreita de paralelepípedos, ao lado da praça Tiradentes, seis prostitutas desfilaram sobre um tapete lilás salpicado com pétalas de rosas vermelhas.

Elas exibiram a linha "ativismo" da Daspu, que expressa sua luta pela cidadania em camisetas. Uma das peças trazia a frase "mulheres boas vão para o céu, mulheres más vão para qualquer lugar".

Betty Lago, ex-modelo e apresentadora de TV, contou à Reuters que se ofereceu para desfilor assim que ficou sabendo da iniciativa de sexta.

"A moda tem que ser democrática e nada mais democrático do que fazer moda para prostitutas e desfilor na rua cheia de gente", disse.

Curiosos habitués do local e gente do mundo da moda disputavam espaço para ver as prostitutas na passarela. Elas entravam acompanhadas de percussionistas do bloco Prazeres da Vida e de artistas do Centro de Arte Hélio Oiticica vestidos com parangolés.

Não havia primeira fileira nem ala vip, todos assistiram à apresentação de pé. O cenário era a própria zona de batalha, onde as prostitutas exercem sua profissão diariamente.

"Isto é o anti-Fashion Rio", disse o estudante de Ciências Sociais Ricardo Athayde, 25 anos. "Mas elas não estão querendo contestar a moda, e sim querem criar as próprias roupas."

Maria dos Santos, profissional do sexo há mais de 30 anos, que trabalha na região, disse que, nesta noite, a rua lhe trouxe uma nova emoção.

"Me senti uma top model. Minhas pernas tremiam e fiquei muito emocionada quando as pessoas gritaram meu nome", afirmou a "modelo", que desfilou com a camiseta mais conhecida da Daspu, toda preta com a silhueta de uma mulher dentro de um quadrado lilás.

Segundo a ONG carioca Davida, responsável pela marca, a iniciativa "veio para fortalecer a luta das prostitutas contra o estigma e pela cidadania".

"Quando desfilam, estão falando por si mesmas. A Daspu é um importante passo para virar pelo avesso o preconceito", afirmou Gabriela Leite, coordenadora do grupo Davida e da Daspu, cujo nome é um trocadilho com a grife de luxo paulista Daslu. Para Gabriela, as roupas da Daspu são para todos.

A proposta da marca, que fará seu lançamento nacional em março, é lançar cinco linhas de roupas: lazer, batalha (moda para o dia-a-dia), prazer (lingerie), ativismo e folia (para Carnaval).

Em sintonia com a linha ativismo, as prostitutas aproveitaram para distribuir camisinhas ao público no final do desfile.

"Minha profissão tem uma vantagem, nós temos as magras, as gordas, as velhas e as jovens. Nós não somos como essas modelos, todas magras", afirmou a prostituta Doroth de Castro, sócia-fundadora da ONG Davida.

Desde o dia 2 de dezembro, quando aconteceu o primeiro desfile da marca no Rio, já foram vendidas 1.000 camisetas. As peças custam de 20 a 25 reais e podem ser compradas pela Internet (<http://www.daspu.com.br>).

ÍNDICE DE DIVERSÃO E ARTE IMPRIMIR ENVIAR POR EMAIL

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

04/02/2010

17h49 - Novos filmes com personagens da "DC Comics" serão anunciados em breve

17h48 - Maior feira de música da Europa apresenta substituto do MP3

17h29 - Amy Winehouse deve voltar ao Caribe na próxima semana, diz tabloide

17h25 - Brittany Murphy morreu de pneumonia e intoxicação, diz legista

17h18 - Unidades do Sesc promovem temporadas de dança

17h17 - Livro "Os Deuses no Exílio" é mais que uma crítica à Igreja Católica

17h17 - Travolta tenta desbancar "Avatar" com "Dupla Explosiva"

17h16 - Médico de Michael Jackson negocia se entregar à Justiça

17h06 - Veja vídeo de O Último Mestre do Ar

17h00 - "Eclipse" será mais cenas de batalhas

Alexandre Campbell/Folha Imagem



A atriz Betty Lago (à dir.) no desfile da Daspu (13/01)

'verfotos[http://moda.uol.com.br/album/19_fashino06_daspu_album.htm]FOTOS DO DESFILE','verfotos[http://moda.uol.com.br/fotos/DESFILES_FASHION RIO']

Shopping UOL

Computadores:
Encontre aqui modelos a partir de apenas R\$ 545.

Novo Ford Ka
2008/2008 8V Flex. Ache aqui pelos melhores preços.

GPS
Ache aqui diversas marcas pelos melhores preços.

UOL Links Patrocinados

Livros em PDF
Loja virtual com dezenas de ebooks para download. Acesse e confira!
www.livrariapdf.com

Livros Religiosos
Aprenda mais sobre sua fé! Conheça os títulos da Boa Nova
www.boanova.net

TV Ministério Integração
Acesse já e conheça a TV web do Ministério da Integração. Confira!
www.mi.gov.br/tvmi

Sirva-se na Web
Conheça o melhor dos restaurantes de São Paulo, acesse:
www.sirvasenaweb.com.br

Levi's® Music
Você escolhe a banda e ela ganha um show pra 8 milhões de pessoas. Vote LevisMusic.com.br

Anuncie Seu Imóvel
Facilidades p/ vender seu imóvel na Pronto! Faça seu cadastro e conheça www.Pronto.com.br/Anuncie_Imovel

The Mentalist Ilo SBT
Estreia dia 21 de Abril às 21h. Clique e veja o trailer!
www.Sbt.com.br

Pão De Açúcar Delivery
Visite a seção de padaria e veja a variedade de itens. Compre online!
www.PaoDeAucar.com.br/Padaria

Divirta-se de Carro Novo
Veículos novos e usados com as melhores ofertas que você já viu!
www.MeuCarrNovo.com.br

Livro Infantil e Romance
Atualize-se com o que há de melhor na literatura espírita
www.olivroespirita.com.br

Maksoud Hotel Eventos
Nível internacional, região nobre. Congressos, conferência, exposições
www.maksoud.com.br

Mais Diversão com Intel
Core 2010! Assista a vídeos, rode jogos sem perder velocidade, acesse www.intel.com

Anuncie aqui



UOL Entretenimento • Últimas Notícias

- Blogs**
- Fotos**
- Guia Cultural SP**
- Guia da Semana**
- Jogos Online**
- Notícias**
- Videos**

- Arte**
- Celebridades**
 - ▶ Quem deu o que falar
 - ▶ Sites oficiais
- Cinema**
 - ▶ Em cartaz - outras cidades
 - ▶ Em cartaz em SP
 - ▶ Estreias
- Crianças**
- Espetáculos**
- Humor**
- Jovem**
- Livros**
- Televisão**
 - ▶ Big Brother Brasil 10
 - ▶ Novelas
 - ▶ Programação de TV

- Música**
 - ▶ Letras de música
 - ▶ Rádio UOL
 - ▶ Shows em outras cidades
 - ▶ Shows em SP
- Noite**
- Restaurantes**
- Revistas**

- PÁGINAS ESPECIAIS**
- Cirque du Soleil no Brasil**
 - Grafite em São Paulo**
- ARQUIVO

- SITES ARTISTAS BLOGS

Ana Maria Bahiana
Na TV, cada vez melhor, a redenção de Al Pacino

Mara Gama Blog Design
Engratados e empilhados

Lenise Pinheiro e Nelson Sã Cacilda
O Beijo
Um Brasileiro

02 Neurônio
Perca a sogra mas não perca a piada

Ilustrada no Cinema
Medo de cinema

MUDAR TAMANHO DA LETRA IMPRIMIR ENVIAR POR EMAIL COMUNICAR ERRO

23/05/2007 - 17h06

Daspu faz desfile em pré-estréia de filme "Princesas" no Rio

REUTERS

Reuters



Desfile da Daspu, na última terça (22)

• VEJA FOTOS

RIO DE JANEIRO (Reuters) - As modelos da grife carioca Daspu, criada por prostitutas, voltaram à passarela na pré-estréia do filme espanhol "Princesas" no Rio de Janeiro, na noite de terça-feira.

A Daspu surpreendeu o público com o desfile, no saguão de um cinema em Botafogo (zona sul), da coleção outono-inverno, da linha Puta Moda, que traz em sua maioria camisetas com estampas inspiradas em filmes, obras de arte e canções que apresentam o mundo da prostituição.

"O filme tem tudo a ver com a gente, uma grife de prostitutas", afirmou a presidente da ONG Davida e coordenadora da grife, Gabriela Leite.

No filme do diretor espanhol Fernando León de Aranoa, de "Lunes al Sol", as prostitutas são as protagonistas.

As duas principais princesas do título são Caye (Candela Peña, de "Tudo Sobre Minha Mãe") e a dominicana Zulema (Micaela Nevárez).

"Princesas", que estréia no país na sexta-feira, mostra a rivalidade existente entre os grupos aos quais elas pertencem: as prostitutas espanholas temem perder seu lugar no mercado para a sensualidade das imigrantes.

UOL Celular

Acompanhe as notícias do UOL no seu celular.
Saiba como: celular.uol.com.br

MUDAR TAMANHO DA LETRA IMPRIMIR ENVIAR POR EMAIL COMUNICAR ERRO

Compartilhe: Facebook Twitter Orkut Delicious Myspace Digg Bookmarks

Mais UOL Entretenimento

Home

Últimas Notícias

Mais notícias

Pânico na TV
Programa de humor conquista vice-liderança isolada no Ibope

Talentu genético
Prima de Susan Boyle surpreende jurados de reality show

Cinema
Tropa de Elite 2 tem pedido para gravar na Câmara vetado

Mateus Solano
Ator diz que trabalha dobrado, mas não ganha por dois

12h13 Lena Home, uma das primeiras atrizes negras de Hollywood, morre aos 92 anos

12h09 Veja dicas de atrações da Virada Cultural em São Paulo

12h09 Grávida de gêmeos, Giovanna Antonelli revela que um dos bebês é menina

12h06 Será que o 3D vai durar?

11h56 Ana Maria Braga cai da cadeira no "Mais Você"

11h52 Filme de Ken Loach entra no último minuto em Cannes

Receba notícia

CLIPPING BOLETIM CELULAR TWITTER

RSS

PATROCINADOR

AMERICANAS.COM

Shopping UOL Compare preços



A partir de 6x de R\$ 153,05. Compre já a sua!

Jaquetas Masculinas Fila World Collection a partir de R\$ 129,90

Anuncie no Shopping UOL

UOL LINKS PATROCINADOS

Mais Diversão com Intel

Core 2010! Assista a vídeos, rode jogos sem perder velocidade, acesse www.intel.com

Coquetéis com Cachaça

Livro que apresenta 30 receitas de coquetéis com cachaça. Compre! www.barril514.com.br

Ritmos para Violão

Batidas e ritmos para mão direita. Aprenda vários ritmos no violão www.edon.com.br

Venda Sua Obra Na NetStoc

Na NetStoc você vende sua obra sem precisar ter grande tiragem www.netstoc.com

Festas Inesquecíveis!

Faça do seu momento especial uma festa. Confira! Campinas-SP. www.buffetmetropolitano.com.br

Chega! É Hora de Reagir!

Melhores seus resultados! Nível pessoal e profissional www.horadereagir.com

Serviços de Buffet

Conheça nossas soluções para eventos empresariais e sociais www.jolacorda.com.br

Croquetes Congelados

Forno, microondas ou fritas. Seja revendedor(a)! www.pizzita.com.br

Tenha Seu Projetor Laser

Próprio p/ festa por apenas R\$599. Laser verde/vermelho, segue música www.3dcompras.com.br

Buffet mexicano Nacholoco

O melhor da cozinha mexicana no seu espaço. Um autêntica fiesta tex-mex www.nacholoco.com.br

Meneghin Decorações

Decorações de casamentos e assessoria em eventos www.meneghindecoracoes.com.br

Sanes Brindes

Brindes promocionais de qualidade. Diversas opções! Veja no site www.sanes.com.br

Anuncie aqui



Mais twitters do UOL