

contactos

reportagem

COIMBRA

SOMOS DUAS AMIGAS, Lóira + morena, inteligentes. Em separado ou em conjunto. Costamos de tudo. O ritual Simpatizantes e meigas para covinhas de bom gosto. Telem: 910 092 620

1.1 A MARGARIDA, Ângela e Pam Portuguesas 18, 25 e 28 anos, se são, elegantes. Uns doces apertis. Atendimento em local de luxo com bom atendimento. Também em Hotel. 500 / 919 507 693 Acetam + tonarobas.

1.1 A ANJELA, Pamela e Mh 25, 28 e 28 anos. Um fogo de apagar estas fogos? Es tu? E tua esposa? Com uma bone h saço fortes. Com bom esta. Também em Hotel. 500 / 919 507 693 Acetam + tonarobas.

1.1 A NOVIDADE! ABRIR MASSAGEM, novo tipo de massagem... Março 2011. Telem: 910 092 620

1.1 A TERNURA DOS simpática e muito m po. 24h. Máximo h 190 317 // 964 2

1.1 VEZ NOVIDADE! morena! Betsissin total prazer! Ape pressas. Telem.



Bordéis em risco
No Nevada, a prostituição é legal e casas como o Bunny Ranch empregam mais de mil pessoas. Um senador quer acabar com um negócio que vale milhões [Págs. 8-9]

Exclusivo i
The New
York Times

11 Março 2011 // Lisboa // Ano 2 // Número 94 // www.ionline.pt// Este suplemento é parte integrante da edição n.º 576 do i e não pode ser vendido separadamente

Facebook: ionline
Twitter: @twittering e iDesporto
Google Buzz: linhaformação
Flickr: ionline
Bliq.fm: ionline
YouTube: ionline

... e um motorista da Reuters...
... tratar-se de rebeldes...
... diz um dos soldados. "Bai", comenta outro...
... são se não criar uma distância psicológic...
... ca relativamente ao inimigo. Essa é uma...
... das razões pelas quais os soldados do Apa...
... che parecem estar a jogar um jogo de vídeo...
... "Não queremos combatermos que se com...
... porém antes de tempo, mas a sua função...
... e destruir o inimigo e uma maneira de...
... conseguirem fazê-lo é encarecendo a situa...
... não livre...
... Os psicólogos...
... para o facto...
... está concen...
... um determi...
... paisagem, pod...
... aqui que para...
... e óbvio. A dem...
... desta situação é um...
... veem pessoas empur...
... de um cesto de basquet...
... espectáculos, a quem é...
... rramente vêem um indiví...
... de gonia que surge em cena...
... olha para a câmara e volta a sa...

Mariana Nogueira Maia Pardal

Género, *Media* e Prostituição

A intervenção social em prostituição e os meios de comunicação

Dissertação de Mestrado em Comunicação e Jornalismo, orientada pela Doutora Rita Joana Basílio de Simões, apresentada ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

2014



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Faculdade de Letras

Género, *Media* e Prostituição

A intervenção social em prostituição e os meios de comunicação

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Dissertação de Mestrado
Título	Género, Media e Prostituição – A intervenção social em prostituição e os meios de comunicação
Autor/a	Mariana Nogueira Maia Pardal
Orientador/a	Doutora Rita Joana Basílio de Simões
Coorientador/a	
Identificação do Curso	2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo
Área científica	Comunicação
Especialidade/Ramo	Jornalismo
Data	2014



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Agradecimentos

Gostaria de agradecer à Professora Rita Basílio de Simões pela indispensável orientação e encorajamento ao longo da realização desta investigação. Agradeço ainda por todos os ensinamentos leccionados durante toda a minha jornada pelo curso de Jornalismo.

Gostaria de agradecer aos meus pais. Ao meu pai pelo reforço de responsabilidade e à minha mãe por todo o apoio e preocupação constante - já podes relaxar! À minha irmã, por todas as sessões fulminantes de *brainstorming*, pelas revisões e pelos planos de vida-pós-dissertação.

Gostaria de agradecer a todos os meus amigos pelo incentivo, pela paciência e pela companhia. À Tatiana, pelas tardes na biblioteca do município. Ao Bruno e à Bruna por todas as conversas. À Bárbara pelo stress com os prazos, logo em Outubro; À Rita, pelo oposto. Aos demais colegas de curso que não tenho espaço para nomear.

Por último, agradeço às quatro pioneiras da Estrutura de Emprego Protegido da FMS pela alegria com que partilharam comigo as suas lutas diárias, as de quem quer renovar a vida e criar as suas próprias oportunidades. Igualmente a todas as colaboradoras, pelo exemplo e pela esperança. Agradeço por todas as perguntas e reflexões que me levaram a fazer, muitas das quais conduziram ao trabalho das próximas páginas.

“A mulher não é só casa
Mulher-loiça, mulher-cama
Ela é também mulher-asa,
Mulher-força, mulher-chama

E é preciso dizer
Dessa antiga condição
A mulher soube trazer
A cabeça e o coração

Trouxe a fábrica ao seu lar
E ordenado à cozinha
E impôs a trabalhar
A razão que sempre tinha

Trabalho não só de parto
Mas também de construção
Para um filho crescer farto
Para um filho crescer são

A posse vai-se acabar
No tempo da liberdade
O que importa é saber estar
Juntos em pé de igualdade

Desde que as coisas se tornem
Naquilo que a gente quer
É igual dizer meu homem
Ou dizer minha mulher”

Mulher, de José Carlos Ary dos Santos

Resumo

Intitulada “Género, *Media* e Prostituição: a intervenção social em prostituição e os meios de comunicação” esta dissertação analisa a relação com os *media* informativos das organizações e/ou projectos de intervenção social que, em Portugal, prestam apoio ou intervêm junto de população que pratica prostituição. Foi nosso intuito compreender a natureza dessa relação, nomeadamente através do apuramento das expectativas que estas organizações têm no contacto com os *media*, qual a sua perceção sobre a produção de conteúdos mediáticos na área social, concretamente de temáticas relacionadas com a prostituição, e como é que as próprias estruturam a sua comunicação externa. Com estes objectivos, partiu-se da teoria feminista para abordar conceitos de espaço público mediático e da importância das fontes na produção noticiosa. Para compreender as dinâmicas das organizações procurámos caracterizá-las e compreender a sua actividade e enquadramento. A metodologia utilizada nesta investigação centrou-se na recolha e análise de dados (por meio de inquérito e entrevistas) a representantes das organizações e a jornalistas de órgãos de comunicação nacional. Compreendendo que o debate sobre a prostituição acontece também em termos políticos foram analisados documentos de cariz político e legislativo, a par de autores, na revisão bibliográfica, como Gaye Tuchman, Liesbet van Zoonen, Judith Kilvington, Joyce Outshoorn e Gail Pheterson.

Palavras-Chave: Prostituição; Género; *Media*; Feminismo; Organizações; Intervenção Social

Abstract

Entitled "Gender, Media and Prostitution: social intervention in prostitution and the media" this dissertation examines the relationship between informative media and organizations or projects of social intervention which, in Portugal, provide support or intervene with the population practicing prostitution. Our aim was to understand the nature of this relationship, namely through the clearance of the expectations that these organizations have while contacting the media. Furthermore, the study aims to uncover these organisations perceptions regarding the media outputs related to the subject matter at hands (i.e., prostitution), and whether and how these organisations coordinate and plan their external communication strategies. With these objectives, we started with the feminist theory concepts to address the media public space and importance of the sources in news production. To understand the dynamics of organizations we sought to characterize them and understand their activities and frameworks. The methodology used in this research has focused on collecting and analysing data through a survey and interviews to representatives of organizations and journalists from national communication. Realizing that the debate about prostitution also happens politically, legal and political documents were also analyzed, along with authors in the literature review, such as Gaye Tuchman, Liesbet van Zoonen, Judith Kilvington, Joyce Outshoorn and Gail Pheterson.

Keywords: Prostitution; Gender; Media; Feminism; Organizations; Social intervention

Índice Geral

Agradecimentos	i
Resumo.....	v
Abstract.....	vi
Índice Temático.....	vii
Índice de Caixas, Gráficos, Tabelas e Ilustrações	ix
Introdução.....	1
Capítulo I - Feminismo e Feminismos	6
1. Origem e características do pensamento e movimento	6
1.1. Feminismo em/de Portugal	10
2. Ferramentas conceituais do pensamento feminista.....	13
3. Estudos Feministas dos Media	15
Capítulo II – Prostituição como uma questão de género no espaço público	22
1. Debate sobre prostituição	22
2. Enquadramento legal nos países europeus.....	26
2.1. Contexto histórico Português.....	31
3. Posicionamento feminista no debate sobre prostituição	33
4. “Prostituição” no espaço público mediático.....	35
Capítulo III - O papel das fontes e a luta pelo acesso ao espaço público	42
1. Importância das fontes de informação na produção noticiosa	42
1.1. As fontes na produção noticiosa sobre prostituição.....	46
2. Os atores sociais que disputam o acesso ao espaço público – Organizações ..	48
Capítulo IV Estudo de caso: a intervenção social em prostituição e os meios de comunicação	54
1. Enquadramento metodológico	54
1.1. Questionário	55

1.2. Entrevistas a representantes de Organizações	59
1.3. Entrevistas a jornalistas	62
2. Análise e discussão de resultados	63
2.1. Caracterização das Organizações	64
2.2. Estratégias de Comunicação	75
2.3. Relação com os Meios de Comunicação.....	80
Conclusão	98
Referências Bibliográficas	102
Anexos	111
1. Formulário de Inquérito às organizações	112
2. Guião de entrevista a representantes de organizações	119
3. Transcrição das entrevistas a representantes de organizações	122
4. Entrevista aos Jornalistas	142
5. Respostas dos jornalistas à entrevista.....	143

Índice de Caixas, Gráficos, Ilustrações e Tabelas

Caixa 1: Enquadramento metodológico – Perguntas de partida.....	54
Gráfico 1: Tipos de questões do inquérito às organizações	56
Gráfico 2: Tipos de organização	64
Gráfico 3: A sua organização tem base ou cariz religioso?	66
Gráfico 4: Área de intervenção	67
Gráfico 5: Recursos Humanos	67
Gráfico 6: Recursos Humanos	68
Gráfico 7: Responsável interno pela divulgação e promoção das actividades	69
Gráfico 8: A organização analisa ou reúne peças jornalísticas sobre os temas a que se dedica?	69
Gráfico 9: Se sim (gráfico 7) quem?.....	69
Gráfico 10: Se sim (gráfico 8) quem é o responsável por esse trabalho?.....	69
Gráfico 11: Prioridade de problemáticas no ano 2013.....	71
Gráfico 12: A sua organização mantém um site ou blog na internet?.....	77
Gráfico 13: As visitas e/ou o tempo de permanência no site/blog são analisadas?.....	78
Gráfico 14: Reciprocidade de motivos de contacto	85
Gráfico 15: Nível de satisfação	87
Gráfico 16: Alguma vez sentiu revolta pelo tratamento dado a um tema após contacto com a sua organização?	89
Gráfico 17: Se sim (gráfico 16) que medidas tomou?.....	89
Gráfico 18: Importância dos <i>media</i> na produção de opinião pública	90
Gráfico 19: Avaliação da relação com os <i>media</i> enquanto fonte de informação.....	90
Gráfico 20: Organização de atividades relativas à construção mediática	94
Gráfico 21: Avaliação do interesse em participar no debate público	96
Ilustração 1: Esquema das fases da investigação.....	55
Ilustração 2: Vantagens e desvantagens da aplicação de inquérito	58
Ilustração 3: Organizações com as quais os jornalistas já contataram profissionalmente	83
Tabela 1: Listagem das organizações analisadas.....	52
Tabela 2: Listagem das organizações analisadase.....	57

Tabela 3: Seleção de Amostra para entrevistas a representantes de organizações	60
Tabela 4: Seleção de Amostra para entrevistas a representantes de organizações	60
Tabela 5: Seleção de Amostra para entrevistas a representantes de organizações	62
Tabela 6: Listagem de jornalistas entrevistados.....	62
Tabela 7: Barra cronologica das datas de fundação das organizações analisadas.....	65
Tabela 8: Meios utilizados para divulgar e promover atividades	76
Tabela 9: Periodicidade de utilização do site e blog.....	78
Tabela 10: Caraterização da interatividade com o público	78
Tabela 11: Frequência de contatos realizados no ano de 2013	79
Tabela 12: Frequência na iniciativa de contatos com os <i>media</i>	81
Tabela 13: Frequência na receção de contactos dos <i>media</i>	81
Tabela 14: Métodos utilizados no contato com os <i>media</i>	84
Tabela 15: Concordância com afirmações propostas I.....	93
Tabela 16: Concordância com afirmações propostas II.....	95
Tabela 17: Concordância com afirmações propostas III.....	96

Introdução

Desta dissertação, intitulada “Género, *Media* e Prostituição – A intervenção social em prostituição e os meios de comunicação”, consta uma análise da relação com os *media* das organizações e/ou projetos de intervenção social que, em Portugal, prestam apoio ou intervêm junto de população que pratica prostituição. Foi nosso intuito analisar essa relação sob o ponto de vista das expectativas e percepção de resultados. Para tal, afigurou-se necessário reunir informação sobre todos os projectos e/ou organizações que, em Portugal, se dedicam de forma exclusiva ou parcial a este tipo de intervenção social e, de igual modo, compreender as questões ideológicas e representacionais da prostituição, tema de que se têm ocupado os estudos feministas e de género.

As questões no debate sobre prostituição colocam-se, logo à partida, com a caracterização do conceito. “É violência contra as mulheres? É trabalho? É as duas coisas? É prazer? É escolha?” (Westmarland e Gangoli, 2006:5). As definições possíveis encontram-se nos antípodas de «escravatura sexual» e «libertação sexual», e baseiam-se em questões que têm que ver com a livre-escolha, a discussão sobre o entendimento da prática sexual como uma «prestação de serviços» comerciável, a salvaguarda dos direitos e da dignidade da mulher e as demais problemáticas sociais que se entrecruzam na prostituição.

Esta cisão de opiniões atravessa, como veremos, o pensamento feminista, os enquadramentos político-legais e igualmente a orientação das organizações que intervêm socialmente junto de pessoas que praticam prostituição. Dentro do movimento feminista, ele próprio múltiplo e fraccionado, a discussão coloca-se, pois,

entre dois polos. Por um lado, o entendimento que define a prostituição (a partir da segunda metade do século XIX) como um atentado à dignidade da mulher prostituída e uma clara expressão de violência de género. Por oposto, o entendimento, impulsionado pelos primeiros movimentos e associações de prostitutas (nas últimas décadas do século XX), que enquadra a prostituição como actividade profissional livre resultante do empoderamento de género e da prática de autodeterminação sexual.

Os enquadramentos político-legais, recentemente debatidos na comunidade europeia, distinguem-se, segundo apresentaremos, por graduações da criminalização. No nível máximo (enquadramento proibicionista) são previstas punições para todos os envolvidos na prática de prostituição - portanto, a mulher que se prostitui, o cliente e o proxeneta, nos casos em que exista. Deste se decresce para o novo-abolicionismo (e retira-se à listagem anterior a pessoa que exerce prostituição, mantendo-se os restantes) e seguidamente para o abolicionismo (que penaliza apenas o proxenetismo). É ainda possível configurar um sistema intermédio de «descriminalização», como estágio de *destigmatização*, mas também de preparação para a regulação – a prostituição passa a ser entendida como «trabalho sexual» regulado, à semelhança dos demais trabalhos ditos «normais» pelas normas do Estado.

Do ponto de vista das organizações, interessou-nos perceber como se posicionam neste quadro de possibilidades interpretativas e que tipo de mensagem recebem dos seus utentes relativamente a estes enquadramentos. Além disto, interessou-nos compreender se esses mesmos posicionamentos influem (e de que maneira) nas actividades e estratégias de comunicação das organizações que em Portugal trabalham directamente com mulheres prostitutas.

Partimos para esta análise de um posicionamento feminista. As teorias feministas auxiliam, com efeito, a compreensão da forma como as mulheres que se prostituem são representadas social e mediaticamente e quais os estereótipos e preconceitos que surgem em torno delas. A partir desta visão, procurou entender-se de que forma as organizações estudadas se constituem como movimentos de dignificação da mulher e de que forma procuram negociar no espaço público comunicacional os sentidos socialmente atribuídos à prostituição e à própria sexualidade feminina. Ocupar-nos-á, pois, a natureza da relação estabelecida entre estas organizações e os meios de comunicação social.

A fim de compreender a relação com os *media* das organizações de intervenção social em prostituição, traçamos, neste trabalho, o perfil dessas organizações e das suas estratégias de comunicação e avaliamos a reciprocidade de intenções nos contactos com os *media*. Procuramos também dar conta da perceção e do nível de satisfação destas organizações relativamente ao modo como as suas atividades e valores são representados nos meios de comunicação social de massas. Neste sentido, o estudo empírico realizado contempla um inquérito com a totalidade de organizações portuguesas que atuam neste âmbito e entrevistas semi dirigidas a uma amostra selecionada desse universo de instituições.

O estudo empírico realizado contempla uma terceira metodologia de investigação: entrevistas fechadas realizadas a jornalistas que trabalham em meios de comunicação social *mainstream*. De facto, sendo o objetivo deste trabalho estudar a relação entre os meios de comunicação social e as organizações que trabalham directamente com a prática de prostituição, o apuramento dos parâmetros em que esta relação ocorre não estaria completo sem a perspectiva dos jornalistas.

Averiguar o entendimento dos jornalistas face às tendências encontradas junto das organizações foi o objetivo fundamental destas entrevistas.

Assim, do primeiro capítulo desta dissertação consta uma reflexão sobre as principais características do pensamento e movimento feministas, internacionalmente e com um enfoque mais fechado em Portugal. Daqui se parte, depois, para compreender as ferramentas conceptuais de género e poder, sendo a parte final do capítulo dedicada aos estudos feministas dos *media* e da esfera pública.

No segundo capítulo desta dissertação reflecte-se sobre a prostituição entendida como uma questão de género no espaço público, com base na discussão prévia sobre o que se entende por «prostituição». São debatidas as questões relativas ao posicionamento antagónico que esta actividade suscita à luz do pensamento académico e de documentação de cariz político-legal.

Apresentam-se, em seguida, os enquadramentos legais dos países da União Europeia, de onde se segue para uma reflexão diacrónica sobre o panorama legal e social português. Além deste ponto de vista, retoma-se ainda a perspectiva feminista e procura perceber-se o(s) posicionamento(s) do movimento neste debate. Por último, ocupamo-nos da prostituição como problemática mediatizada, procurando perceber que temas se cruzam no espaço mediatizado e em que circunstâncias.

No terceiro capítulo é da importância das fontes de informação na produção noticiosa que nos ocupamos, elencando e caracterizando os diferentes tipos de fontes existentes. Procura-se, ainda, aproximar a investigação e a revisão sobre as fontes na produção noticiosa sobre prostituição, objeto de estudo ainda pouco estudado. Por último, analisa-se, neste capítulo, o papel das organizações enquanto

atores sociais que disputam o acesso ao espaço público, recorrendo a exemplos internacionais, bem como à apresentação das organizações contactadas neste estudo.

O quarto capítulo diz respeito à apresentação das ferramentas metodológicas usadas no decorrer da investigação, sendo elas, além da revisão literária, a realização de um inquérito e de dois tipos de entrevistas. Do último capítulo fazem parte a análise dos dados recolhidos na investigação e as conclusões que daí se retiraram.

Como procuraremos mostrar, foi possível situar a comunicação no conjunto de actividades desenvolvidas pelas organizações (e qual a prioridade que lhe é atribuída) e a forma como avaliam o trabalho dos jornalistas. O baixo investimento da maioria organizações contactadas em estratégias de comunicação eficazes e condizentes com o que o interesse dos *media* traduz-se, como se verificará, numa menor capacidade de intervir no debate mediático, num interesse e menor satisfação com a produção jornalística. Como se mostrará também, se as questões que se relacionam com o corpo sempre se assumiram, no quadro do pensamento feminista, como uma variável imprescindível para a compreensão dos conceitos de sexo e género e da desigualdade social que estes conceitos permitem desconstruir, nem a intervenção na prostituição, nem a representação mediática dessa prática se inscrevem abertamente nesses ideários que os estudos feministas edificaram em nome de uma sociedade mais justa.

Capítulo I - Feminismo e Feminismos

1. Origem e características do pensamento e movimento

“Feminismo, palavra maldita. Um termo que suscita reacções indignadas, risos, ou o presunçoso comentário de que «isso já passou de moda».” (Carmo e Amâncio, 2004:11).

Compreender a história dos direitos das mulheres passa também por compreender o feminismo, posto o compromisso implícito que este movimento desde sempre assumiu na luta pela dignificação de género feminina e por relações sociais mais justas. Contudo, compreender o feminismo implica tomar consciência da diversidade de correntes de pensamento e ideias que, particularmente em épocas mais próximas, se multiplicam em diversos posicionamentos. O feminismo não é, ainda, uma análise debruçada na mulher enquanto indivíduo, senão enquanto colectivo, que reflecte, questiona, reivindica ou age - mesmo quando, historicamente, se efectivou a partir de um grupo reduzido de vozes.

A origem do termo encontra-se nas lutas sufragistas ocorridas em França (que se propagaram a outros países entre o fim do século XIX e o início do XX), mais concretamente com a realização do primeiro Congresso Internacional, sob o mesmo tema, em Paris, no ano de 1878. Salienta-se que, logo à partida, a expressão representava (pelo menos) dois posicionamentos bastante diferentes com o mesmo propósito. Como explica Manuela Tavares (2008: 10-11), as lutas pelo direito das mulheres ao voto foram conduzidas de diferentes formas pelas várias organizações sufragistas no final do século XIX. Desde os movimentos de maior radicalidade e manifesto (nomeadamente pelo recurso a greves e manifestações de

rua) até grupos que enfatizaram a maternidade enquanto bandeira emancipadora, respeitável e moderada, no acesso a formação, emprego e voto.

Historicamente, o feminismo não está unicamente ligado ao ativismo social, posto que, particularmente a partir da década de 60 do século XX, o questionamento sobre a condição da mulher ganhou visibilidade no seio acadêmico. Neste contexto, apresenta-se como exemplo Rosalinda Delmar (*apud* Tavares, 2008: 12), nomeadamente no que diz respeito à reflexão sobre a questão da mulher e quanto à dicotomia filosófica de sexo/género. Assim mesmo, os movimentos ocidentais de mulheres (das décadas 60 e 70 do século XX) assumiram suma importância nos estudos feministas, pelo seu contributo ter alicerçado algumas reivindicações com fundamentação teórica – posteriormente surgiram questionamentos quanto à ligação teórico-prática destas duas vertentes. Como refere Victoria Robinson:

“Esta ligação do mundo académico a um movimento social significou que a criação e ensino de tais cursos foi um ato profundamente político; a análise teórica foi vista como sendo intimamente ligada à mudança social, que foi amplamente definida como o reconhecimento e análise da opressão das mulheres e, portanto, como meio de acabar com a sua subordinação nas sociedades patriarcais e capitalistas.” (Robinson, 1993:3)

A evolução do conceito de feminismo atinge outro marco digno de nota nas últimas décadas do século XX, nas quais se assiste a um entendimento alargado da heterogeneidade do movimento feminista, considerada, por muitos, uma característica definidora e positiva. Assim mesmo define Liesbet Van Zoonen (1994) o pensamento feminista: heterogéneo e fraccionado, incluindo politicamente. Razão pela qual adverte, com propriedade, Manuela Tavares, (2008: 13), para a impossibilidade de “optar por um determinado conceito de feminismo”.

O debate, ainda actual, reúne condições para continuar a desenrolar-se em torno do feminismo, e seus feminismos, enquanto movimento múltiplo e em mutação diacrónica pelas realidades sociais e culturais em que se inscreve. Afirma-se, contudo, que o pensamento não é (e não pode ser) definido atendendo às alternâncias de actividade no movimento, ora mais visíveis, ora menos. Ainda, as vagas da sua divulgação podem entender-se à luz das condicionantes sociais que as originaram, enquanto momentos sociais propícios ao florescimento das reivindicações feministas – segundo a teoria «vulcânica» que Karen Offen propôs, substituindo o conceito de «vaga de feminismo» por «fluxos» ou «erupções» (2008).

Clarificando, desde já, o que se entende por movimentos feministas importa distingui-los dos movimentos femininos (ou de mulheres). Os primeiros identificam-se expressamente com a teoria feminista e dela retiram substância para as suas reivindicações – nomeadamente a crítica às relações de subordinação/desigualdade de género. Já os movimentos de mulheres são mais amplos na sua fundação, caracterizando-se por terem em comum causas relativas ao género, não necessariamente alicerçadas em correntes feministas – e, na prática, organizadas em redes, grupos ou organizações de mulheres. Como refere Marta Peça (2011:18), “o movimento feminista será um subconjunto do movimento de mulheres”, posto que nem todas as integrantes do segundo tipo se consideram ou identificam feministas.

Este esclarecimento ressalva que a ligação entre mulher e feminista existe, embora não forçosamente. É importante no sentido de assumir que, nesta investigação, a centralidade será atribuída a movimentos que, não necessariamente alinhados com o ideário feminista, identifiquem a mulher enquanto colectivo e trabalhem na promoção da igualdade de género e estatuto social do contexto (subgrupo) em questão. Assim, compreende-se que existem organizações alinhadas

com algumas das preocupações do movimento feminista, sem contudo se assumirem enquanto organizações feministas.

Quanto à citação que figura na abertura deste tema, foi retirada da obra “Vozes Insubmissas”, num contexto de introdução da fraca repercussão dos movimentos feministas ditos de Segunda Vaga em Portugal – e do apagamento da Primeira na luta contra a ditadura. As autoras são críticas e retomam, linhas abaixo da citação anterior, o que classificam como a “insistente censura sobre o termo e a obstinada ignorância sobre o movimento” (Carmo e Amâncio, 2004: 11). O que se percebe, dos excertos apresentados, é a recusa, apontada também por outros autores, de enquadrar e aceitar o feminismo no presente (questionando a sua “utilidade”) no universo dos estudos sociais. Isto mesmo é, para Gaye Tuchman, o terceiro motivo pelo qual o estudo das questões entre *media* e mulheres é, hoje, mais complexo. Segundo as suas palavras, “a crescente presença das mulheres em empregos poderosos, importantes ou bem pagos fez com que alguns observadores obtusos declarassem que o feminismo já não é necessário.” (Tuchman, 2009:16).

Posto isto, assume-se não só a complexidade mas também a importância do feminismo e dos movimentos de mulheres que nele se inspiram. Contudo, constata-se que a temática da prostituição não faz parte da agenda prioritária dos movimentos feministas (ou de mulheres) em Portugal, bem como em outros países da Europa, e que as organizações que prestam apoio a pessoas em contexto de prostituição não se assumem feministas. Assim sendo, a importância deste movimento social, político e de ideias, e o seu posicionamento face à problemática da prostituição, será abordado mais à frente, devidamente contextualizado e tido em consideração.

1.1. Feminismo em/de Portugal

“No entanto, quando analisamos o problema dos feminismos em Portugal, encontramos uma história que se repete: uma elite feminina, consciente e activa, movimentando-se dentro de um clima hostil ou indiferente, cego e surdo face às suas reivindicações, a que se segue um silenciamento tendente a apagar as marcas da sua actuação.” (Almeida, 2004: 148)

No artigo intitulado “A longa marcha dos feminismos em Portugal” (de onde foi retirado o excerto acima apresentado), Teresa Almeida atravessa as características gerais dos problemas do feminismo em Portugal, desde constatações de desfasamento europeu no século XVIII até à vitalidade pós- 25 de Abril, terminando com uma nota esperançosa quanto às lutas do futuro em Portugal. Resta acrescentar que o “futuro”, entretanto “passado”, se mostrou favorável em alguns dos pontos que a autora refere, nomeadamente no que diz respeito ao combate pela despenalização do aborto.

Reeditado em 2002, pela editorial Caminho, surge um dos mais completos documentários sobre a vida da mulher portuguesa. “As Mulheres do meu País”, de Maria Lamas, foi inicialmente publicado em quinze fascículos (tendo o primeiro saído em 1948). Nesse conjunto de reportagens, considerado por Manuela Tavares um “desafio ao regime” (Tavares 2008: 88)¹, a autora reconhece (no conjunto final de “Várias Notas”, particularmente na de “Instituições Femininas) que há individualidades interessadas na dignificação da mulher, mas que, na generalidade, estão privadas de acompanhar os esforços que se verificam um pouco por toda a parte da Europa. Afirma que: “Presentemente não existe em Portugal qualquer

¹ De facto, este trabalho de Maria Lamas surgiu em resposta ao Governador Civil de Lisboa, após este ter ordenado o encerramento do Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas (CNMP), com a justificação de que a educação das mulheres portuguesas estava garantida pela Obra das Mães para a Educação Nacional.

instituição, sem preocupações doutrinárias, que se ocupe especialmente de estudar a situação da mulher, procurando a justa solução dos seus problemas.” (Lamas, 2002: 465).

É real afirmar que o regime salazarista apagou o «feminismo» do país, enquanto conceito e organização – recorde-se o encerramento do Conselho Nacional das Mulheres Portuguesas. O discurso de Estado remetia as mulheres à vida doméstica e a oposição antifascista secundarizou a luta pelos direitos das mulheres, agregando-a num contexto político mais geral de reivindicação. “O feminismo dilui-se no antifascismo” (Tavares 2008: 565). Em 1960, “A Mística da Mulher” (de Betty Friedan) acompanha a vaga de ruptura e repensamento da condição da mulher na família, no trabalho e quanto à sexualidade, que perpassou a Europa e os Estados Unidos. Ao contrário, em Portugal mais uma oportunidade não é bem conseguida, com as lutas estudantis a agregarem (e, novamente, submeterem) as reivindicações feministas. E se é certo que o movimento estudantil era composto de rapazes e raparigas (e que ambos sofreram a prisão e a tortura) o contexto de luta continuava voltado para um regime castrador de liberdades básicas – que não permitiu espaço para reivindicações de género.

A antecipar as mudanças da década de 1970, a Guerra Colonial de 1960 criou espaço profissional às mulheres. Contudo, a base ideológica de Estado e de oposição eram ainda, frequentemente, condizentes quanto ao papel da mulher: esposa, mãe e dona de casa. Diferenciavam-se as visões quanto ao papel na intervenção, vista (particularmente, pelas mulheres da resistência antifascista) como meio para emancipação e igualdade. Para a mudança do estatuto das mulheres em Portugal contribuiu o 25 de Abril de 1974 e a democracia política que este concedeu. Publicadas dois anos antes, as “Novas Cartas Portuguesas” (sua apreensão e

juízo das autoras Maria Isabel Barreno, Maria Teresa Horta e Maria Velho da Costa) obtiveram mais atenção internacional que interesse nacional, tal a interrupção sofrida pelo feminismo nacional – quanto a si próprio e suas ações anteriores quer quanto à panorâmica internacional.

Os ventos de mudança surgem ainda no final da década, com a introdução de temas de segunda vaga na discussão política. As novas organizações de mulheres lutam por incluir a violência doméstica, a contraceção e a legalização do aborto na agenda pública de discussão, marcando o discurso da época. A questão do aborto surge com uma importância central e acaba por marcar mais duas décadas de contestação – até 2007, quando é possível, por referendo, fazer uma lei que o despenaliza quando a pedido da mulher, nos serviços de saúde e dentro de determinados prazos.

O chamado “feminismo institucionalizado” correspondeu, em Portugal, a uma aproximação do Estado às associações feministas por intermédio do Conselho Consultivo da Comissão para a Igualdade e Direitos das Mulheres. Há alguma discordância no que diz respeito a um decréscimo de militância nesta década (precisamente pela ligação de algumas associações ao trabalho da Comissão). Contudo, importa salientar que, por meio deste órgão, foram dinamizados debates inovadores e foi feito trabalho junto de grupos de pressão. Na década seguinte, o ponto alto surge com a “transnacionalização dos feminismos” (Tavares 2008: 571), pela importância da Conferência das Nações Unidas sobre os Direitos das Mulheres em Pequim (1995) – mas também pelas anteriores, quanto a direitos humanos, em Viena (1993) e no Cairo (1994).

É no final do século XX (e viragem para o XXI) que se assiste, em Portugal, ao interesse académico pelo feminismo – e por onde chegamos à actualidade. Tal se verifica pela criação da primeira associação dedicada aos estudos sobre as Mulheres (Associação de Estudos sobre as Mulheres – APEM) e também dos cursos superiores vocacionados para o feminismo. Entre eles saliente-se o mestrado em “Estudos Feministas”, criado na Universidade de Coimbra, já em 2007. O impulso desta área de estudos não está contudo, em Portugal, associado à militância feminista (como aconteceu noutros países) mas sim por pressão institucional da Comissão da Condição Feminina (actual Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género) e por relevância académica individual de feministas anteriormente envolvidas em movimentos de contestação.

2. Ferramentas conceptuais do pensamento feminista

“O género é uma instituição e as construções de género são um processo social básico. Como tal, tanto o género como a sua construção estão associados a outras instituições básicas das sociedades contemporâneas.”
(Tuchman, 2009:22)

A reflexão sobre o género enquanto categoria de análise ganhou visibilidade após a ascendência da teoria feminista nas ciências sociais (anos 1960), com particular incidência nos estudos de comunicação da década de 1990 em diante. Os estudos feministas foram, assim, a “primeira e principal forma dos estudos de género” (Álvares e Silveirinha, 2005: 919). É pela introdução dessa categoria que são impulsionadas análises críticas dos *media*, nomeadamente quanto à representação e relação dos actores sociais no discurso mediático - por outras

palavras, quanto à construção simbólica do feminino e do masculino e das relações de género.

A introdução dessa categoria de análise foi impulsionada (e impulsionou) a investigação sobre as diferentes representações de mulheres e homens nos *media*. Actualmente, contudo, existe ainda “desconhecimento e confusão sobre como abordar as questões de género” (Gallego, 2009:45) nos meios de comunicação. A cultura jornalística dominante, mesmo composta por profissionais masculinos e femininos, tem um discurso diferenciado pelo género – que, segundo a autora, representa os homens pelas suas acções e as mulheres pelos seus atributos (Gallego, 2009).

Paralelamente, outro conceito emerge do ideário feminista: poder. Pese embora o seu entendimento seja, por vezes, reduzido à dicotomia incompleta de “ter” ou “não ter”, na verdade, o seu raio de acção alastra para muito mais que a ordenação hierárquica da dualidade de posse. Na teoria feminista, segundo Liesbet van Zoonen (1994), o foco assenta na teorização das relações de subordinação que lhe são anexas e na construção, nessa mesma circunstância, da identidade individual e /ou colectiva dos agentes envolvidos.

A aplicação destes conceitos prende-se, nomeadamente, na relação que “género” e “poder” operam em paralelo, influenciando-se mutuamente. Diane Richardson explica, a este propósito, como a sexualidade feminina está socialmente constringida pela masculina, por um processo de naturalização de poder no qual se assume que a mulher tem menos domínio na relação sexual que o homem:

“Em outras palavras, as relações sexuais reflectem e servem para manter a subordinação das mulheres. A partir desta perspectiva, a preocupação não é tanto como a vida sexual das mulheres é afectada por desigualdades de

gênero, mas, de modo mais geral, como a sexualidade machista constrange as mulheres em praticamente todos os aspectos de suas vidas.” (Richardson, 2005:75)

Pelo acima exposto, a título de exemplo e por se aproximar do foco de análise desta investigação, se compreende a importância de incorporar as componentes de gênero e de poder nos estudos de feministas. Importa, igualmente, incluir as condicionantes da esfera pública e da comunicação mass mediada

3. Estudos Feministas dos Media

“Num mundo em que as mensagens mass-mediadas oferecem as estratégias mais poderosas e tecnologicamente ou retoricamente sofisticadas para moldar a realidade cultural, e em que as oportunidades para criar e receber mensagens mass-mediadas são tão avassaladoras como as oportunidades de abuso, a comunicação mass mediada assume-se, nas questões de gênero, como uma das preocupações centrais. (Silveirinha, 1997:3)

O reconhecimento dos *media* enquanto agentes de construção social e importantes influenciadores culturais justifica a importância dada, na última década, ao estudo dos *media*. De facto, diversas investigações e estudos recentes, dos quais seguidamente se darão exemplos, (mas igualmente os publicados, principalmente, a partir de 1970), confirmam que a cultura mediática influi na criação de identidades e modelos padrão de “ser” e “agir” (nomeadamente, com distinção pelo gênero). Pelo que estudar e compreender os *media* assume grande relevância para perceber processos e práticas da sociedade contemporânea – e mediada.

Jean Kilbourne é a autora da série de documentários “Killing Us Softly”². Nestas publicações, Kilbourne critica a transformação do corpo feminino em objecto nas campanhas publicitárias (tendência que vê aumentar de forma alarmante) e ainda da construção do género assente em estereótipos. Transporta ainda o foco para a recepção dessas campanhas e para o efeito que as mesmas têm na construção da auto-imagem feminina. Na edição mais recente desta série (“Killing Us Softly 4”) a atenção recai sobre a manipulação digital de imagens femininas, que estabelecem um inalcançável (e falso) ideal de beleza, firmando exemplos irrealistas que condenam as mulheres à tentativa e fracasso. O processo, segundo as suas palavras, é o seguinte:

*“Os corpos das mulheres são transformados em coisas e objectos. Agora é claro que isso afecta a auto-estima feminina. Mas também faz algo ainda mais insidioso: cria um clima de violência generalizada contra as mulheres. Eu não estou de todo a dizer que um anúncio como este provoca directamente a violência, não é assim tão simples. Mas transformar um ser humano numa coisa ou objecto é quase sempre o primeiro passo para justificar a violência contra essa pessoa. Vemos isso com o racismo, com a homofobia, com o terrorismo. É sempre o mesmo processo. A pessoa é desumanizada e a violência torna-se inevitável. E esse passo já é dado, constantemente, contra as mulheres ”.*³

Kilbourne, que se dedica ao estudo feminista dos *media* e/ou conteúdos publicitários desde finais da década de 1960, revolucionou a forma de consumo/recepção desses conteúdos ao investigar a ligação entre eles e problemas de saúde pública (desordem alimentar e vício tabágico, por exemplo) e de violência contra as mulheres. A autora afirma que, nos últimos quarenta anos, há sérios retrocessos e cada vez mais a imagem da mulher é distorcida e adulterada nas

² Editados pela Cambridge Documentaries, sendo que a primeira edição data de 1979 e a mais recente de 2010.

³ <http://www.jeankilbourne.com/videos/> (vídeo alojado no youtube, conta ChallengingMedia)
https://www.youtube.com/watch?v=jWKXit_3rpQ

campanhas publicitárias – que, na sociedade de hoje, podem atingir uma audiência global.

Analisando a imprensa de massas e nela identificando a construção de uma nova identidade pública feminina de cariz pós modernista, Angela McRobbie (2004) fala da substituição do ideário associado à hegemonia patriarcal pelos complexos impostos pelas indústrias culturais, em matéria de padrões de beleza, de moda, de comportamentos e de consumos. Veiculada às jovens mulheres pelas revistas femininas (consideravelmente «jovens», nos casos em que têm 13 ou 14 anos) é desde logo a ideia de uma «nova sexualidade», em geral através de conteúdos de natureza «semipornográfica». Nesse processo o próprio romance é definido como espaço de experiência sexual, em geral por meio de uma “publicidade polida” associada à sociedade de consumo. Com efeito, esta “nova política de feminilidade” valoriza e destaca o conhecimento de si e da orientação sexual e do próprio universo da sexualidade. “A marca de libertação da Cosmopolitan durante os anos de 70 e 80 apenas significava mais e melhor sexo para as mulheres. E a partir de meados dos anos 80 todo o campo de revistas se deslocou para a área da melhoria de si própria”, salienta a autora McRobbie (2004: 123-124).

Retomando a nota introdutória deste subcapítulo, encontramos, nas palavras de Maria João Silveirinha, luz sobre este assunto. Segundo explica, os estudos feministas dos *media* abarcam um grande conjunto de linhas de investigação, “que vão desde as formas de propriedade e controle, às questões do emprego (feminização da profissão), às práticas e formas e formas narrativas dos media, às questões das audiências.” (Silveirinha, 1997:3). Embora haja necessidade de os estudos feministas dos *media* serem desenvolvidos, a mesma autora assinala os três percursos pelos quais se encaminham.

O primeiro tem que ver com os estudos associados à feminização da imprensa e à construção da notícia (não neutra e enquadrada em valores notícia, media-frames e rotinas profissionais). Para van Zoonen (1994) não há diferenças assinaláveis entre jornalista homem ou mulher, pelo que o pressuposto de que o aumento de mulheres no jornalismo alavancaria diferenças na codificação do discurso de género é questionável. Enquanto que, no argumento anterior, em que a tónica reside na acção do jornalista, van Zoonen defende que é a notícia (ou a sua expectativa) que convoca jornalistas homens ou mulheres, e não estes que determinam *a priori* o género noticioso em questão.

O segundo percurso de investigação prende-se com os estereótipos e a representação feminina na cultura popular e nos *media*. Neste âmbito, destacam-se os contributos de Gaye Tuchman⁴. As críticas incidem na cobertura das questões ligados ao feminismo e à transmissão de estereótipos quanto ao papel da mulher. As investigações de Tuchman permitiram concluir que há uma “aniquilação simbólica” da mulher, que reforça a sua subalternidade num sistema tradicionalista e patriarcal.

Esta aniquilação traduz-se num não-reflexo das mudanças sociais, nomeadamente quanto à emancipação feminina no trabalho, transportando uma imagem de pouca importância, omitindo-as do discurso. Segundo a mesma autora, o domínio televisivo da mulher circunscrevia-se às telenovelas, reforçando negativamente o estereótipo de esposa, mãe e dona de casa inapta para qualquer função que não as anteriores. Esta aniquilação constrói um padrão de normalidade, para as gerações futuras, apresentado às raparigas que, por ausência de outro

⁴ nomeadamente o ensaio “o The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media”, que introduz a obra “Heart and Home: Images of women in the Mass Media”, Oxford, Oxford University Press, 1978

modelo mass-mediado, terão mais tendência a assimilá-lo no seu comportamento e aspirações futuras.

O último dos três percursos compreende e estuda a recepção e descodificação dos enunciados até agora referidos. São tomados em consideração os contextos culturais e sociais, as práticas de leitura e a forma como estas influem na recepção dos enunciados. Ressurgem, com importância, o estudo dos estereótipos, da pornografia e a ideologia. Quanto à pornografia, por se aproximar de alguma forma ao assunto desta investigação, importa mencionar conclusões dos estudos, dos anos '70, de Thelma McCormack.

No seio feminista, o debate reacendeu-se após McCormack ter apontado que os estudos existentes até então não reflectiam sobre a condição da mulher, mas sim, quase sempre, sobre o homem enquanto consumidor. São seus argumentos que a pornografia contribui para a perpetuação da dominação sexual masculina. Através de violência e (abuso de) poder, e que não pode ser encarada simplesmente como teatro de fantasias sexuais ou demais forma de libertação sexual.

A investigação feminista, concretamente a partir dos estudos feministas dos *media*, aponta para uma tendência de «naturalização» da sexualidade construída segundo interesses e experiências masculinas. A ligação entre sexualidade e exercício de poder é questionada, bem como os comportamentos sexuais opressivos ou incontroláveis, que necessitam de ser “libertados” através da pornografia e da prostituição (Richardson, 1993:85).

No que diz respeito aos *media* informativos, Gallagher (2001:50) apresenta exemplos do que descreve como um padrão de sub-representação ou estereotipização da mulher (nomeadamente da que ocupa cargos de poder) e um

jornalismo tendencialmente “preguiçoso” no que diz respeito à cobertura mediática de histórias de prostituição. Neste caso, é o uso recorrente de imagens repetidas de mulheres em contexto de prostituição que escondem a cara das câmaras que merece crítica por parte da autora. Este “uso preguiçoso do arquivo de imagens” (Gallagher, 2001:50) reflete, contudo, a forma extremamente limitada de construção mediática das histórias destas mulheres.

Esta mesma “falta de profundidade na maioria da cobertura mediática” (Gallagher, 2001:158) tem, porém, de ser percecionada também pelo ponto de vista do jornalista que, pese embora possa ter um olhar atento e sensível perante a realidade social, está condicionado pelas imposições de tempo, agenda e hierarquia da sua organização mediática. Oposto a isto, os assuntos que os activistas de género pretendem inscrever no debate mediático são, regra geral, complexos e não se compadecem de respostas curtas ou diretas.

Exemplo disto mesmo são os debates legais em torno da prostituição, um “tema complicado e controverso” (Gallagher, 2001:158). Mais do que a apresentação de campanhas a favor ou contra, os movimentos feministas pretendem um debate amplo (no qual se incluam as próprias prostitutas/trabalhadoras sexuais) e que permita à sociedade civil considerar todos os prós-e-contras dos enquadramentos em causa. As condicionantes, elencadas anteriormente, impostas aos jornalistas nem sempre permitem que ambas as intenções sejam conciliadas com sucesso.

A necessidade de desenvolvimento dos estudos feministas dos *media*, a que acima se aludiu, pode ser vista sob diversos prismas. Naturalmente que o impacto desta pesquisa, orientada para uma causa, nos contextos sociais e políticos de que se ocupa depende do seu grau de legitimação. E essa legitimação não pode

desligar-se do lugar do próprio pensamento feminista e dos estudos de gênero dentro do universo acadêmico *mainstream* (Gallagher, 2003:32).

Foi através do pensamento feminista que questões desconsideradas, tais como a pornografia, a vivência da sexualidade, os significados da linguagem e a análise da imprensa e da programação televisiva dita «para as mulheres», emergiram no universo dos estudos dos *media*. A investigação que parte deste posicionamento preocupa-se com os desenvolvimentos das indústrias mediáticas, estimulando os profissionais dos *media* a pensarem e a incluírem de forma consciente noções de gênero nos seus trabalhos (*idem*). Com efeito, estando a pesquisa feminista fortemente ligada ao ativismo feminista, o mesmo se verifica com a variante dos estudos feministas dos *media*.

“Este elemento «puxa e empurra» entre teoria, pesquisa e ativismo tem sido uma característica constante de estudos feministas dos media desde os primeiros dias. Durante os últimos 20 anos as mulheres não se contentaram apenas em denunciar preconceitos e desigualdades nos meios de comunicação estabelecidos. As mulheres têm criado e utilizado inúmeras alternativas e participado em canais de comunicação para apoiar suas lutas, defender seus direitos, promover a reflexão, difundir suas próprias formas de representação.” (Gallagher, 2003:34).

Também a partir de um ponto de vista socioeconómico os estudos dos *media* e do gênero são importantes. A tendência de aglomeração das empresas mediáticas, quer vertical quer horizontalmente, apresenta-se aos estudos feministas dos *media* como crucial, visto que, como refere Tuchman (2009:17), “esta convergência significa que as pessoas que procuram apreender «as notícias» têm menos versões da realidade à escolha, incluindo noções de gênero.”

Capítulo II – Prostituição como uma questão de género no espaço público

1. Debate sobre prostituição

“Sugiro mesmo que a categoria "prostituta" é baseada mais em representações simbólicas e jurídicas da mulher má ou pervertida do que num conjunto de características dentro de uma população de pessoas. (...) Quem são as prostitutas? (Petherson, 1990:398)

A 25 de Fevereiro de 2014, o Parlamento Europeu aprovou (com 343 votos a favor, 139 contra e 105 abstenções) o relatório⁵ assinado por Mary Honeyball, da Comissão dos Direitos da Mulher e Igualdade dos Géneros. A recomendação do relatório traduz-se no entendimento de que comprar sexo a menores de 21 anos deve ser considerado crime – embora a aprovação, em Parlamento Europeu, não tenha influência direta na legislação de cada Estado Membro, aplicando-se o princípio da subsidiariedade, pelo qual a cada estado cabe a decisão final.

No relatório pode ler-se, claramente, que a prostituição configura “uma violação óbvia e totalmente revoltante da dignidade humana.” (Honeyball 2014:18) e, ainda, que há ligações evidentes deste universo ao tráfico de seres humanos, à violência de género e ao crime organizado. A prostituição é entendida como um ataque à dignidade humana e uma forma de violência, marcadamente, de género:

“A prostituição e a exploração sexual de mulheres e raparigas são formas de violência e, como tal, obstáculos à igualdade entre mulheres e homens. Praticamente todos aqueles que compram serviços sexuais são homens. A exploração na indústria do sexo é tanto causa como consequência da

⁵ Que se assume: “O presente relatório não está contra as mulheres que se prostituem. Está contra a prostituição, mas em defesa mulheres que se prostituem.” (p. 21); o relatório pode ser encontrado em: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2014-0071+0+DOC+XML+V0//PT>, consultado em Maio de 2014

desigualdade dos géneros e perpetua a ideia de que o corpo das mulheres e das raparigas está à venda.” (Honeyball 2014:18)

Segundo o relatório, entende-se que o modelo de enquadramento legal da prostituição mais eficaz é o, assim chamado, nórdico – porque aplicado na Suécia, Islândia e Noruega e, em Novembro de 2013, adaptado em França⁶. Este prevê “que se considere o comprador (o homem que compra serviços sexuais) a parte culpada em vez da prostituta”, como forma de contribuir para a plena igualdade de género.

Ao aprovar o texto, o Parlamento Europeu assumiu igualmente uma posição política no que diz respeito à prostituição e emergiu como uma importante voz no debate público. Define-a como escravatura sexual e como expressão extrema de violência de género sobre as mulheres. Ao fazê-lo, enquadra-se no “discurso de dominação sexual” (Outshoorn 2005:145). Segundo esta vertente, a prostituição é forçada por definição, fazendo com que o conceito de prostituição forçada seja um pleonasma. Os apoiantes desta teoria, rejeitam, portanto, a noção de prostituição voluntária, sustentando que nenhuma mulher se prostituiria por escolha ou livre vontade. (Outshoorn 2005:145).

Contrária a este posicionamento, a abordagem do trabalho sexual enquadra a prostituição como “uma possível opção ou uma estratégia de sobrevivência tomada pelas mulheres, que deve ser respeitada.” (Outshoorn, 2005:145). Também contra o posicionamento assumido pelo Parlamento Europeu, diversas organizações se manifestaram antes e após a aprovação do relatório de Honeyball. Em comunicado, a Rede sobre Trabalho Sexual⁷ apresentou “a sua posição desfavorável

⁶ <http://www.publico.pt/mundo/noticia/franca-aprova-lei-que-criminaliza-clentes-de-prostituicao-1614568>

⁷ Igualmente no âmbito internacional as organizações se fizeram ouvir, nomeadamente o “International Committee on the Rights of Sex Workers in Europe (ICRSE)”, em carta aberta

relativamente ao relatório” (Comunicado 2014:1), apresentando motivos pelos quais considera que a criminalização dos clientes de sexo “também levou à criminalização dos trabalhadores do sexo”. (Comunicado 2014:5).

Compreender ou definir “prostituição” passa então por perceber estes dois posicionamentos, que atravessam o pensamento feminista e o debate público (Kesler, 2002; Davidson 1995, 2002; Outshoorn, 2005). Numa fase inicial, pode definir-se prostituição como “a troca de acesso sexual ao corpo de alguém por algo de valor, mais frequentemente dinheiro ou drogas” (Monto, 2004:161) ou “a troca de sexo ou serviços sexuais por dinheiro ou outros benefícios materiais” (Outshoorn, 2005:141). Mas é nas particularidades dessa troca e na caracterização dos agentes nela envolvidos que se encontram os factores de afastamento teórico, entre partidários do modelo sueco ou abolicionista e do trabalho sexual. Um dos pontos fulcrais dessa divisão tem que ver com o “consentimento” (Monto 2004:161-165) ou “livre-escolha” na prática da prostituição. Se, por um lado, os partidários da legalização do trabalho sexual entendem que “o que a torna abusiva [prostituição] é a forma como é exercida” (Oliveira, 2013:20), a perspectiva abolicionista julga que a prostituição é “uma forma de opressão da mulher, concebendo esta actividade como vitimizante *per se*” (idem).

Não parece possível encontrar uma definição de prostituição que obtenha aceitação generalizada, “a prostituição é difícil de entender.” (Plamondon, 2002:5). Contudo, podemos procurar fazê-lo sobre vários prismas (dois dos quais predominantes), em termos políticos e nos estudos feministas e (feministas) dos

(<http://www.sexworkeurope.org/node/488> subscrita por 560 organizações – das quais 472 de países da União Europeia) e numa petição realizada online, como título “Say NO to the criminalisation of clients of sex workers” (<https://www.change.org/en-GB/petitions/members-of-european-parliament-say-no-to-the-criminalisation-of-clients-of-sex-workers>)

media. Importa, para isso, compreender que “a prostituição ocorre numa variedade de contextos sociais” (Monto, 2004:162) que a definem segundo diferentes enquadramentos – legais, quanto à opinião pública e ao entendimento de movimentos sociais, como o feminismo.

Posto isto se percebe como é oposto, para as organizações que realizam intervenção social e, a partir delas, para o debate na sociedade, a experiência relatada de uma rapariga que começa a prostituir-se antes da maioridade e sob coacção, da experiência de uma mulher autodeterminada que decide realizar trabalho sexual como meio de obtenção de fundos para a sua sobrevivência ou melhoria de condições económicas. É neste quadro de opostos que se desenrola o debate no ponto do consentimento (Monto, 2002:162-163).

Outro ponto importante na tentativa de definir prostituição passa pelo rótulo de “profissão mais antiga do mundo”. Esta percepção comum tem vindo a ser contestada face à naturalização e inevitabilidade que sugere da vivência sexual masculina com recurso à prostituição (Tavares, s/d:7). A “normalização” da prostituição assenta num entendimento de sexualidade condicionado à satisfação do impulso sexual dominante masculino, afastado da compreensão da sexualidade enquanto construção social e histórica, como proposta por Foucault (*apud* Silva *et al.*, 2001:3).

Por último, a diversidade de práticas e de pessoas envolvidas no universo da prostituição contribui para a discórdia, inclusivamente nas palavras ou expressões a utilizar. As *nuances* de linguagem, e do seu poder simbólico, pelos significados que lhe são atribuídos, denotam e condicionam o entendimento de quem escreve e igualmente de quem lê. Posto que definir prostituição passa, necessariamente, por

definir as pessoas que nela estão envolvidas (prostitua, cliente, proxeneta, etc) e, para tal, parece inevitável enquadrá-los dentro de um modelo. Isto porque:

“O termo «trabalhadora do sexo», e todas as palavras relacionadas com «comércio» ou «trabalho», implica uma abordagem diferente da prostituição dos termos «mulheres abusadas através da prostituição», «mulheres prostituídas» e «exploração sexual comercial». (Westmarland e Gangoli, 2006:3).

A abordagem, a que as autoras se referem, toma agora lugar num universo muito mais complexo (Tavares, s/d:8) onde não tem sido possível reunir consenso em torno do posicionamento que poderia garantir melhorias de vida às prostitutas/trabalhadores do sexo. A questão de género mantém-se ainda evidente, pois embora haja registos de homens e transgéneros em contextos de prostituição (Oliveira, 2013), a maioria da prostituição continua a ser exercida por mulheres e paga por homens (Tavares, s/d:8). Igualmente, a diversidade de práticas influi na investigação que é feita sobre prostituição, sendo agora possível encontrar referências a outros serviços de natureza sexual (como o strip tease, o alterne e a pornografia) agregados ao conceito de trabalho sexual. Ainda, e embora considerando que “em Portugal, o estudo da prostituição e de outras formas de trabalho sexual não se encontra muito desenvolvido” (Oliveira, 2013b:7) começam a ser estudados contextos “urbanos” ou “indoor” de prostituição, como as casas de massagem, saunas, apartamentos ou bares (Ribeiro *et al.*, 2005).

2. Enquadramento legal nos países europeus

“Recentemente, têm existido, na Europa, debates consideráveis sobre prostituição que reflectem preocupações sobre saúde, emprego e direitos

humanos. Afirmamos que esses debates não afectaram fundamentalmente as duas abordagens tradicionais da prostituição: abolicionismo e regulação.”

(Kilvington et al., 2001:79)

As políticas relativas à prostituição, na União Europeia, podem agrupar-se (apesar de cambiantes entre países) em quatro grupos principais, categorizados e apresentados em detalhe pela Transcrime, no estudo apresentado ao Parlamento Europeu⁸. Exemplos desses quatro modelos⁹, a seguir enunciados, encontram-se nos 28 actuais Estados-Membros da União Europeia (em 2005 apenas 25¹⁰):

a) Proibicionismo: condena todos os elementos envolvidos na prostituição, considerando-a uma actividade criminosa a erradicar. Estão alinhados com este modelo: Croácia, Lituânia e Roménia (3).

b) Abolicionismo: a prostituição não é proibida, senão a sua exploração, e entende-se que é uma forma de violência. Estão alinhados com este modelo: Portugal, Espanha, Malta, Itália, Bulgária, Eslovénia, Hungria, Eslováquia, República Checa, Polónia, Letónia, Estónia, Dinamarca, Reino Unido, Irlanda, Luxemburgo, Bélgica, Finlândia e Chipre (19).

c) Regulação: a prostituição é entendida como trabalho sexual, descriminalizado e regulado pelo estado. Estão alinhados com este modelo: Alemanha, Áustria, Grécia e Holanda (4).

⁸ Study on National Legislation on Prostitution and the Trafficking in women and children, 2005

⁹ A este respeito, o jornal The Guardian publicou na sua edição online, em Dezembro de 2013, um mapeamento das políticas referentes à prostituição de 29 países europeus (a Noruega além dos 28 estados membros); o artigo é assinado por Harriet Grant, Paddy Allen e pelo “Guardian Research Department” e serviu de base a esta investigação quanto à organização dos países segundo os quatro modelos.

¹⁰ Roménia e Bulgária (ano de adesão: 2005) e Croácia (2013)

d) Novo-abolicionismo: também chamado “modelo sueco”, preconiza a compra de sexo como ilegal, penalizando o cliente mas não a prostituta. Estão alinhados com este modelo: Suécia e França (2).

Além dos enquadramentos acima apresentados é possível entender a existência de um quinto sistema, dito de “descriminalização” – este caracteriza-se pela tentativa de revogar leis que criminalizem os envolvidos e a prática da prostituição (Barnett *et al.*, 2011:2).

Ao nível das instâncias internacionais parece haver um consenso (Kilvington, *et al.* 2001:79) em favor da dignificação humana, apresentada enquanto incompatível com a prostituição e o tráfico de seres humanos¹¹. São exemplos disso:

a) *Declaração Universal Dos Direitos Humanos*, de 1948; nomeadamente nos seus artigos 4º (“Ninguém será mantido em escravidão ou servidão; a escravidão e o tráfico de escravos serão proibidos em todas as suas formas”) e 5º (“Ninguém será submetido à tortura nem a tratamento ou castigo cruel, desumano ou degradante.”).

12

b) *Convenção das Nações Unidas para a Supressão do Tráfico de Pessoas e da Exploração da Prostituição de Outrem*, de 1949; onde se pode ler, no preâmbulo: “Considerando que a prostituição e o mal que a acompanha, a saber, o tráfico de pessoas com vista à prostituição, são incompatíveis com a dignidade e valor da pessoa humana e põem em perigo o bem-estar do indivíduo, da família e da

¹¹ Note-se que, pelos exemplos seguidamente apresentados, é ainda possível concluir que existe uma forte conexão entre os crimes de tráfico de pessoas com fins de exploração sexual e o exercício da prostituição.

¹² Pode ler-se em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001394/139423por.pdf>

comunidade;” (Direitos Humanos, Compilação de Instrumentos Internacionais, 2008:116)

c) *Convenção sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra as Mulheres*, de 1979; nomeadamente no artigo 6º (“Os Estados Partes tomam todas as medidas apropriadas, incluindo disposições legislativas, para suprimir todas as formas de tráfico das mulheres e de exploração da prostituição das mulheres.”)¹³

d) *Declaração das Nações Unidas sobre a eliminação da violência contra as mulheres*, de 1993; nomeadamente o 2º artigo (“A violência contra as mulheres abrange os seguintes actos, embora não se limite aos mesmos: (...) b) violência física, sexual e psicológica praticada na comunidade em geral”)¹⁴

e) *Relatório sobre a exploração sexual e a prostituição e o seu impacto na igualdade dos géneros*, de 2014; nomeadamente nas considerações iniciais B (“Considerando que a prostituição é uma forma de escravatura incompatível com a dignidade da pessoa humana e com os seus direitos fundamentais;”) e K (“Considerando que, na prostituição, todos os atos íntimos são rebaixados ao valor mercantil, sendo o ser humano reduzido a uma mercadoria ou utensílio à disposição do cliente”).

Ao acima elencado se acrescenta que a associação da prostituição ao tráfico de seres humanos é fundamentada por dados que apontam para que a “maioria (62%) são vítimas de tráfico para exploração sexual, sendo que as mulheres e

¹³ Pode ler-se em: <http://www.gddc.pt/direitos-humanos/textos-internacionais/dh/tiduniversais/dm-conv-edcmulheres.html>

¹⁴ Pode ler-se em: http://direitoshumanos.gddc.pt/3_4/IIIPAG3_4_7.htm

raparigas menores representam 96% das vítimas identificadas e presumidas” (Honeyball, 2014:17). Reconhecendo-se, contudo, a dificuldade em precisar números exactos sobre um universo ilegal e muitas vezes invisível. O impacto das políticas enquadradas nos modelos ou sugeridas nas diferentes Convenções e Relatórios acima expostos não é, contudo, conclusivo (Kilvington, *et al.* 2001:86). E, em linha com a citação que abre este subcapítulo, também o estudo base do relatório (já mencionado) da Comissão Parlamentar Europeia de Direitos da Mulher e Igualdade de Géneros assume que “o debate se realiza, grosso modo, entre duas abordagens: a reguladora e a abolicionista” (Schulze *et al.*, 2014:13).

A discussão “feroz”, que envolve “organizações da sociedade civil, académicos, políticos e fazedores de opinião pública” (*idem*), e a que assistimos hoje divide-se entre dois modelos. O abolicionismo e a não-distinção entre “prostituição forçada” e “prostituição voluntária”, modelo do qual se parte para a criminalização de actividades relacionadas com a prostituição (sem, contudo, a ilegalizar, segundo o novo-abolicionismo); o regulamentarismo e a distinção, pela qual se procura dignificar a venda voluntária de sexo e a sua categorização como actividade comercial regulada perante o estado.

Ambos os modelos pretendem a eliminação do tráfico de seres humanos e a exploração da prostituição por outrem, entendendo diferentes processos. Se, por um lado, aos partidários do abolicionismo se pode apontar a sobre vitimização das prostitutas (entendidas como trabalhadoras do sexo no modelo regulador) por não distinguir o forçado do voluntário, enquanto contra-argumento, do modelo regulador pode apontar-se a falta de perspectiva de género e demais condicionantes envolvidas no mercado da prostituição.

2.1. Contexto histórico Português

As primeiras investigações sobre prostituição surgem no século XIX, no seguimento de estudos sobre a propagação da sífilis – posto que se considerava que as prostitutas eram disseminadoras desse vírus (Oliveira, 2013b:6). Embora ainda sejam feitas investigações do ponto de vista da saúde pública (Moreira, 2009), estas não se assemelham aos primeiros estudos descritivos das práticas e características das mulheres que se prostituíam. Em Portugal, a primeira investigação nasce precisamente nesse contexto, quando o Conselho de Saúde Pública do Reino encomenda ao médico Francisco Ignácio dos Santos Cruz um estudo sobre a propagação da sífilis entre as prostitutas, publicado em 1841. Nele podem ler-se várias descrições das mulheres que se prostituíam e considerações de natureza moral, religiosa e social, entre muitas outras. O autor afirma que as “mulheres públicas” portuguesas têm moralidade elevada, e que “sabem perfeitamente que há dias santificados, em que se deve ouvir missa, sabem muito bem em que tempo se devem confessar e receber a comunhão; que devem rezar, que devem tratar com respeito e veneração os actos públicos da religião” (Cruz, 1841:102). Ainda assim, e contrariamente aos seus conhecimentos que a tradição católica-portuguesa lhes garantiu, “elas desmentem tudo com as suas torpezas!” (idem).

Historicamente, a “dupla moral” acima exemplificada reflecte-se também na concepção da prostituição como “um fenómeno social inevitável mas condenável moralmente” (Almeida, 2011:5), que igualmente diferenciou a mulher entre “objecto de prazer e fêmea procriadora” (Tavares, s/d:1). Em Portugal, a prostituição foi ainda

associada à boémia, à criminalidade e (no início do século XX) ao fado – que “pode ser considerado como filho da prostituição” (Pais, 1983:940).

Legalmente, a regulação pelo Estado marcou grande parte do século XIX, com destaque para o Regulamento Sanitário das Meretrizes do Porto (de 1853) que impunha o registo e examinação das mulheres conotadas com a prática da prostituição. Até então encontram-se tentativas legais de, face a impossibilidade de eliminar a prostituição das ruas, “controlar a ofensa à moral pública” (Almeida, 2011:9), que correspondem a uma primeira-fase, dita pré-regulamentarista. A partir de 1853 assistiu-se a uma vaga de regulamentos sanitários e policiais que, por não contribuir para a melhoria das condições sociais das mulheres e perpetuar a exploração da prostituição foi contestado por diferentes movimentos feministas.

A consolidação do projecto de Estado Novo (Ditadura Salazarista) e a repressão da sexualidade feminina ao contexto matrimonial e com propósito de procriação aumentou o estigma e “perigo” social associado ao desvio, à prostituição – perante a qual deveriam empregar-se esforços de conversão por meio de assistência e reeducação social. (Silva, et al. 2001:9). “Durante o período de ditadura de Salazar, a separação ideológica entre o perfil idealizado do «bom» e do «mau» Português foi assimilada pelo Estado, que alegou ser o detentor de uma «racionalidade» superior e capaz de governar um corpo social sentimental e ignorante” (Bastos *apud* Silva et al. 2001:10). Da mesma forma a separação se impunha, assente na boa moral, entre as mulheres – «boas» ou «más».

A terceira fase de quatro, pontuadas por alterações legais, tem início com o decreto-lei nº 44 579, de 19 de Setembro de 1962 - que proíbe a prostituição, a partir do primeiro dia do ano seguinte, 1963. A proibição foi alargada à punição legal do

proxenetismo ou qualquer outra forma de favorecimento ou exploração da prática prostitutiva (Magalhães, 2006:7). O decreto não eliminou a prostituição, e vários autores concordam que aumentou a clandestinidade e diminuiu as condições das mulheres (Silva, *et al.* 2001:11; Almeida, 2011:10; Moreira, 2009:22) Em vigor até ao presente, o decreto-lei nº 400/82 de 23 de Setembro de 1982 (em vigor desde Janeiro de 1983) despenaliza a prática da prostituição, mantendo a punição do lenocínio – enquadrando-se assim no sistema abolicionista.

3. Posicionamento feminista no debate sobre prostituição

Dentro do movimento feminista não é possível definir consensualmente o que se entende por prostituição, e de que forma essa prática se relaciona com o tráfico de seres humanos (Kesler, 2002). O primeiro momento fulcral de conceptualização coincide com a primeira vaga do movimento feminista, a partir da segunda metade do século XIX, e com o enquadramento abolicionista, para pôr termo à prática da prostituição e resgatar as mulheres que a exerciam (Outshoorn, 2005:145). A prostituição era tida como uma “forma extrema de exploração das mulheres” (Fernandéz, 2006:111) e um ataque à dignidade de género que não deveria existir. Desta primeira fase, ressoam críticas ao facto de se ter enquadrado a complexidade da prostituição “de forma reducionista como uma actividade desviante” (Oliveira, 2013:19), contribuindo para a exclusão e estigmatização das mulheres que a exerciam.

O segundo momento foi impulsionado pelos primeiros movimentos de prostitutas, nas décadas de 1970 e 1980, que se organizaram nos Estados Unidos

da América e em Inglaterra, trazendo a público a primeira proposta de debate sobre as condições de exercício da prostituição (Tavares, s/d:6). Manifestaram-se, nomeadamente, contra a pressão das forças policiais e a criminalização e colheram apoio de algumas organizações feministas. É a partir do final da década de 1980 e início dos anos 1990 que se começou a considerar, no seio do debate feminista, a existência de dois tipos diferentes de contexto do exercício da prostituição (Fernandéz, 2006:112). Um deles diz respeito à prostituição exercida sob coação e o outro a uma opção tomada livremente.

A cisão, no movimento feminista, originada pela associação de organizações feministas aos primeiros movimentos organizados de prostitutas, e pelas novas possibilidades de enquadramento que surgiam no debate, intensificou-se. A segunda vaga do feminismo, a partir da década de 80, acompanha esta controvérsia e polariza-se em dois discursos antagónicos (Tavares, s/d:6). O primeiro nasce do abolicionismo tradicional da primeira vaga, radicalizando-o em vários aspectos. A mulher que se prostitui é encarada como “vítima que requer ajuda para escapar à escravatura e criar uma nova vida livre de prostituição” (Outshoorn, 2005:145). Este entendimento não reconhece a escolha ou livre-vontade, sustentando que “a exploração e a violência são intrínsecas e inextrincáveis do comércio do sexo” (Oliveira, 2013:20). A exemplo, são partidárias desta abordagem: Julia O’Connell-Davidson, Andrea Dworkin e Sheila Jeffreys.

O segundo discurso emerge do “pensamento feminista liberal e socialista” (Outshoorn, 2005:145) e enquadra a prostituição enquanto trabalho sexual e expressão de liberdade e autodeterminação sexual (Oliveira, 2013:21). Assim, propõe-se que a prostituição seja encarada como uma possibilidade de obtenção de meios de sobrevivência equiparada legalmente a uma actividade profissional, num

mercado sexual em que “vender a força de trabalho ou vender sexo colocam-se na mesma dimensão” (Tavares, s/d:7). Esta abordagem centra o problema da prostituição no contexto (tráfico, exploração, qualquer tipo de violência ou coação por oposição à escolha e liberdade de dispor do corpo e vida sexual) em que a mesma é exercida, recusando que seja “inerentemente exploradora” (Oliveira, 2013:20).

4. “Prostituição” no espaço público mediático

“O discurso jornalístico (a) parece colado ao discurso da sociedade civil. O «discurso da eliminação» (Lowman, 2000:1003), que se traduz na descrição mediática da vontade e das tentativas policiais ou de grupos de moradores se «verem livres» das prostitutas de rua ou de bairros residenciais, contribui para a legitimação da violência e apreciação social da prostituição, bem como para o fomento do pânico moral.” (Grupo Davida, 2005).

Para compreender a arena mediática de discussão em torno da prostituição (na qual, muitas vezes, se associam as problemáticas do tráfico e da exploração sexual) é necessário, bem como noutros contextos de análise, suspender as noções supremas de neutralidade e imparcialidade do discurso noticioso. Importa que se entenda que a construção noticiosa/mediática “carrega valores ideológicos que reproduzem formas colectivas de agir e de pensar e transporta as tensões que originam e desafiam a desigualdade e injustiça sociais” (Simões e Peça, 2009:85). Igualmente, a perspectiva crítica pressupõe que a leitura de enunciados mediáticos seja acompanhada por um questionamento da organização social e política que os mesmos pressupõem (Silveirinha, 2008:103).

Neste sentido, e no que diz respeito aos estudos de género, Portugal (e a Universidade de Coimbra em particular) possui já diversos e conceituados estudos e investigações. Nomeadamente: quanto à imagem da mulher na televisão (Ferin, *A Revolução da Gabriela: o ano de 1977 em Portugal*, 2003); quanto à imagem das mulheres imigrantes na imprensa (Santos, “Mulheres imigrantes na imprensa portuguesa”, 2005); quanto à representação das mulheres nos media (Silveirinha, “O discurso feminista e os estudos dos media: em busca da ligação necessário”, 1997); e quanto à violência e lutas de géneros nos *media* (Simões, “A violência contra as mulheres nos *media*: Lutas de género no discurso das notícias”, 2002).

A importância de compreender e associar as noções de género, representação e espaço público prende-se com a “formação dos estereótipos devido à maneira simplista e enviesada como determinadas minorias costumam ser descritas” (Oliveira *et al.*, 2011:4), que reforçam, viciosamente, a exclusão mediática e social de determinados grupos – com menos relevância mediática, menos e/ou pior acesso ao debate público.

Acentuado a tónica na pornografia e prostituição, enquanto elementos-chave do «mercado de sexo», Karen Boyle (2010) reflete sobre programas de televisão que procuram legitimar essa «indústria» e aproximá-la de mulheres (jovens e adultas) enquanto consumidoras. No artigo “Selling Pornography for Men to Women in *The Girls Next Door*”, a autora analisa a celebração da indústria pornográfica (através de merchandising, moda, acessórios e representação de «estilo de vida») no programa “The Girls Next Door”, do canal “E!”. Esta representação fantasiada de um universo pornográfico em estilo de “reality show” reflete (e reforça), ao contrário do que aparenta, fantasias masculinas de dominação, mais do que a expressão do desejo sexual feminino. Ao acompanhar as vidas de três «namoradas» de Hugh

Hefner na mansão Playboy, o programa traduz-se numa série de eventos que concorrem para se concluir que “As mulheres estão lá por causa do Hefner, para o Hefner e subordinam os seus desejos aos dele” (Boyle, 2010:299), reforçando o paradigma masculino da vivência da sexualidade.

No mesmo sentido, outras investigações contrastam a «glamourização» das histórias sobre prostituição no cinema com as realidades de violência e danos psicossociais empiricamente associados ao exercício da prostituição (Coy *et al.*, 2011). Os percursos de “conto-de-fadas” (Coy *et al.*, 2011:444) apresentados em filmes (*Pretty Woman*, a exemplo) não são condizentes com a realidade social e branqueiam as desigualdades de género em que a «indústria do sexo» se baseia, mascarando-a em entretenimento e mito.

“As imagens populares apresentadas no grande ecrã retratam frequentemente a prostituição como uma ocupação temporária, onde, no final, a heroína encontra o amor e a felicidade e sofre poucas, ou nenhuma, cicatrizes duradouras da sua breve passagem nas ruas; uma imagem que não nasce da investigação empírica e da realidades de consumo de droga, sem-abrigo e múltiplos desafios que a mulher enfrenta para abandonar a prostituição” (Dalla, 2000:352 apud Coy et al. 2011:444).

A isto se acrescenta que a prostituição (e problemáticas associadas) é tida como um comportamento marginal, que se desenrola num “mundo de silêncio, onde cada um, ou cada uma, pensa antes de tudo em si. Tanto o cliente como o proxeneta desaparecem diante do nosso olhar face à mulher que se prostitui, mostrada como um animal de feira e vista como uma fascinante vítima.” (Michel, 2009:66). Quanto ao teor e actores do debate, sabemos, pela investigação de Simões e Peça (2009) que, nas notícias de tema principal «prostituição»:

“(…) são sobretudo as polícias e forças de segurança que providenciam a informação noticiada (mais de metade das notícias), o que significa que estas

instâncias controlam o conhecimento difundido sobre a prostituição e a imagem que sobre si é projectada.” (Simões e Peça, 2009: 88).”

A tendência acima apresentada vai ao encontro do que se conclui na análise (“Prostitutas, «traficadas» e pânicos morais”) do Grupo de Pesquisa de Davida, e de onde se retirou o excerto que abre este subcapítulo. Na mesma investigação, o conceito de «pânico moral» segundo Stanley Cohen surge como «pista» (na variante de «pânico sexual») para compreender melhor os perigos na formulação do discurso referente ao tráfico – no qual se confunde, aponta o estudo, o debate mediático sobre a prostituição (Grupo Davida, 2005:161).

“O pânico moral é, então, caracterizado pelo sentimento, partilhado por um número substancial de membros de uma dada sociedade, de que os malfeitores¹⁵ representam uma ameaça à sociedade e à sua ordem moral, como consequência do seu comportamento e, portanto, «algo deve ser feito» sobre eles e o seu comportamento” (Goode e Bem-Yehuda 1994:31)

Das «cruzadas morais», reflexo do enraizamento do pânico moral (ou sexual), assistiu-se em Portugal ao caso apelidado de “Mães de Bragança” – um movimento de mulheres portuguesas, residentes na cidade de Bragança, organizado em 2003 como manifesto contra as imigrantes (brasileiras, na sua maioria) que se dedicavam ao alterne e à prostituição na cidade. O caso foi bastante mediatizado¹⁶ (inclusive na imprensa internacional, tendo feito capa na edição europeia da revista Time, de Outubro desse ano)¹⁷ e culminou com uma operação, ordenada pelo Ministério

¹⁵ Nota de tradução: no original “evildoers”

¹⁶ Não apenas em 2003 mas também após, nomeadamente 5 e 10 anos após
(<http://expresso.sapo.pt/filhas-de-braganca=f306413>)

¹⁷ <http://www.publico.pt/sociedade/noticia/prostituicao-brasileira-em-braganca-faz-capa-da-time-1170625>

Público, na qual a PSP selou três casas de alterne (segundo noticiado pelo jornal Público¹⁸).

Através do estudo da representação mediática do crime, particularmente do que envolve mulheres em contexto de prostituição, conclui-se ainda que o termo “prostituta” é frequente nos enunciados mediáticos e utilizado por si só (Gordon, 1992:76-77), com um sentido pejorativo e enquanto resultado de uma escolha editorial com “implicações ideológicas” (Gordon, 1992:76).

“O assassinato de mulheres que se prostituem aponta para três factores: a vulnerabilidade deste grupo marginalizado de mulheres, a persistência da violência contra as mulheres, e a contínua diferença salarial e de status económico entre mulheres e homens. Frequentemente, os jornalistas ignoram estes factores deixando as mulheres que se prostituem numa posição marginalizada. Sem ligação com o resto da sociedade, estas mulheres são vistas como contribuindo para a sua própria morte violenta.” (Gordon, 1992:77-78)

O processo de afastamento remete a culpabilização para a vítima e absolve a sociedade (e o leitor) e ocorre através da abstracção de outras características da vítima (contextos sociais, pessoais ou familiares), pela sua redução ao conceito de “prostituta” – associado ainda ao consumo de drogas ou álcool (Gordon, 1992:81). A aproximação a outros contextos (mendicidade, dependência de álcool ou drogas e demais vícios) atribui e incluiu a mulher que se prostitui, na construção mediática, uma *perigosidade virtual* (Marocco 2002:75) – que corresponde não em considerar o indivíduo segundo as suas acções ou segundo infracções a uma lei, mas sim ao nível da potencialidade dos seus comportamentos desviantes que devem ser controlados.

¹⁸ <http://www.publico.pt/local/noticia/psp-sela-tres-casas-de-alterne-em-braganca-1186193>

A análise sobre a inclusão do debate sobre prostituição no espaço público mediático pode ser ainda, além do que até agora se apresentou, encarada segundo um prisma de “desavergonhada dupla moralidade” (Ventura, 2006: 2). Referindo-se aos jornais espanhóis, Borja Ventura condena aquilo que descreve como um discurso contraditório e incongruente da imprensa, por apresentar os seus conteúdos regendo-se por códigos éticos e deontológicos, incluindo na publicação (pelos Classificados) anúncios de «relax», «massagens» e «companhia» – cujos conteúdos são sexualmente explícitos. O autor (e jornalista) afirma que “não há distinção ideológica sobre a cor do dinheiro” (Ventura, 2006:2). Muito mais poderia ser discutido quanto à ligação entre os Classificados e os códigos éticos e deontológicos do Jornalismo. Compreendendo os constrangimentos e objectivos finais desta dissertação, e a exploração e aprofundamento paralelo que este assunto requereria, não se quis, contudo, deixar de aludir a ele, em jeito de premissa para futura reflexão.

Por último, discute-se ainda a questão da regulação pelo Estado ou a manutenção do sistema abolicionista. A esta são apontadas falhas de coerência, nomeadamente na representatividade dos envolvidos. Monteserrat Boix apresenta o caso de um programa de debate que, discutindo-se a regulação da prostituição, convidou 3 mulheres que se prostituem “contentes e realizadas” (Boix, 2006:2). Segundo Boix (jornalista e fundadora do projecto “Mujeres en Red”) o último (à data) relatório da Guardia Civil menciona que apenas 5% das mulheres em contexto de prostituição o são por “vontade própria”. Com base nesses números (95% vs. 5%), conclui que a realidade que o programa procurava apresentar deveria ter levado a estúdio 19 mulheres que exercem a prostituição sob coacção ou violência de

qualquer forma, e apenas uma “contente por o ser”¹⁹. Outros investigadores apontam ainda para a importância de aclarar a discussão mediática: “«Legalização da prostituição» é uma expressão pouco clarificadora. O que significa legalização?” (Tavares, s/d:5). E é exactamente deste contexto que sobressaem chamadas de atenção, já antigas, quanto aos actores envolvidos na discussão. Assim:

“Todos discutem o que se deverá fazer pela prostituta, que tipo de leis se lhe deve aplicar... Irão fazer a mesma coisa com os lojistas ou com os jornalistas? Que direito têm eles de tomar sempre as decisões no nosso lugar? Para nos proteger dos chulos! É a desculpa. Desde o princípio dos tempos que usam o proxenetismo para não ouvirem falar dos nossos problemas, para abafar a nossa voz. Os da esquerda, os da direita, as feministas, os cristãos, todos nos querem proteger. D. uma prostituta francesa” (Roberts apud Jaget, 1980: 118)

¹⁹ NT. No original “encantada de serlo”.

Capítulo III - O papel das fontes e a luta pelo acesso ao espaço público

1. Importância das fontes de informação na produção noticiosa

Para compreender as relações de dependência entre as fontes e os jornalistas (Santos, 2003:18) é necessário explicitar quais os factores que contribuem para o consenso generalizado de entender as notícias como uma construção da realidade social – e não um seu reflexo (Tuchman, 2002). De facto, a produção jornalística não emana de uma realidade que lhe pré-existe e que é espelhada nos seus enunciados, mas antes, intervém na compreensão dessa mesma realidade (Correia, 2012:83). Esta construção ou representação do real provém do ambiente condicionado próprio das rotinas de produção (nas quais concorrem códigos de linguagem, questões de organização editorial ou orçamento e redes de contactos, entre outras). Essas rotinas, contudo, não devem confundir-se com a “distorção intencional das notícias e a manipulação consciente e intencional” (Correia, 2012:83), mas sim, como parte da cultura profissional do desempenho do jornalismo. É na senda desta abordagem construtiva das notícias que se associou à produção jornalísticas a noção de “narrativa”.

Inerente à concepção de construção surge o conceito de enquadramento (*frame*) jornalístico, que Tuchman (a partir da proposta de Erving Goffman) introduziu nos estudos de jornalismo. As notícias como “janela para o mundo” (Tuchman *apud* Gonçalves 2005:159) separam os acontecimentos noticiados da totalidade de acontecimentos do quotidiano por critérios de selecção/ exclusão. Os enquadramentos passam também pela interacção entre os jornalistas e as suas fontes de informação – relação essa, nem sempre assente na cooperação. Enquanto

“esquemas persistentes de cognição” (Gitlin *apud* Correia, 2012:90) transportam para a prática uma automatização de escolhas segundo critérios da organização e do interesse público.

“Os enquadramentos noticiosos chamam a atenção para determinados tópicos e excluem outros, sublinham os dados fornecidos por certas fontes sobre outras, acentuam as acções de determinados agentes e minimizam outros, considerados irrelevantes.” (Correia, 2012:90)

Neste contexto, importa procurar compreender o que naturaliza critérios de hegemonia de uma fonte perante outra no acesso aos jornalistas. Para tal, exige-se que, à partida, se entenda que o jornalista, no exercício do seu trabalho, tenha que recorrer a testemunhos (sejam eles em forma documental ou através de relatos pessoais) para que possa construir a narrativa do acontecimento em causa. Seja porque não o presenciou directamente ou porque necessita de complementar e compreender o que presenciou (Lusa, 2012:19). A importância das fontes reside exactamente na base da produção do jornalismo, pelo que a sua escolha, identificação e testemunho não se justificam aleatoriamente mas segundo princípios estabelecidos. As fontes e o seu testemunho são uma ferramenta de trabalho de que o jornalista não pode prescindir, e funcionam como um elemento de credibilização da notícia. A este respeito, o Livro de Estilo do Público define como características indivisíveis de uma fonte a reconhecida “competência e seriedade para prestar a informação” e a “idoneidade” (Público, 1998:129), enquanto a Lusa aponta para a existência de “critérios exigentes” (Lusa, 2012:19), categorizados segundo os distintos tipos de fonte.

Justifica-se que, atendendo à necessidade de “rotinizar o inesperado” (Tuchman *apud* Traquina, 2005:120) como forma de cumprir os prazos de produção

noticiosa, os jornalistas se socorrem de “redes noticiosas” – que privilegiam fontes oficiais e as habilitam, de forma previsível, a “propor” notícias, limitando a ascensão a notícia de outros acontecimentos arredados do acesso habitual aos jornalistas (Traquina, 2002:115). Por isto mesmo, e segundo conclui Nelson Traquina: “1) Nem todos os agentes são iguais no acesso aos jornalistas, e 2) as fontes oficiais são as fontes dominantes na produção de notícias” (Traquina, 2005:120).

Indo ao encontro desta afirmação, Rogério Santos (2003:77) afirma que o “jornalista aceita melhor as fontes oficiais, categoria fundamental nas notícias”. Estas fontes fazem parte da categoria privilegiada e que dispõe de acesso habitual aos *media*, porque é competente e assume destaque numa determinada área (seja política, económica, social, desportiva ou outra), de tal forma que “as suas necessidades de acontecimento normalmente coincidem com as actividades de produção jornalística do pessoal dos meios de comunicação” (Traquina, 2002:113). Este tipo de fonte tem acesso à informação segundo a função que desempenha, sendo que a sua capacidade de informar decorre e está limitada por isso. Segundo exemplo do Livro de Estilo da agência Lusa (2012:20): “o ministro ou o Ministério da Defesa são fontes autorizadas para assuntos de Defesa, mas não necessariamente em outros assuntos governamentais”.

Além do acesso habitual, os manuais de jornalismo tipificam outros dois. O acesso directo diz respeito à iniciativa do jornalista e decorre de uma investigação que o próprio propõe realizar, com base no contacto com as matérias noticiosas do seu trabalho – por exemplo, caso detecte uma tendência de aumento de um determinado tipo de acidente (Traquina, 2002:113). Falta então referir o acesso disruptivo, apresentado por Myerhoff (*apud* Traquina 2002) como o daqueles que precisam dos *media* para participar do debate público (mass-mediado), não fazendo

parte dos seus círculos habituais de contacto. Este diz respeito a fontes não oficiais, nas quais se incluem (representantes de) organizações não-governamentais e (porta-vozes) de movimentos sociais. Estes disputam, com menos recursos, a agenda noticiosas com as fontes oficiais (melhor aceites) e podem destacar-se a partir de propostas criativas e diferentes das oficiais, nomeadamente através de uma estratégia comunicacional organizada, capaz de promover acções mediáticas (concertos, marchas de protesto, petições públicas) ou de se associar a lóbis para influenciar políticas vigentes (Santos, 2013:80-81).

Tal como apresenta Traquina (2002:122):

“Os movimentos sociais com poucos recursos têm dificuldades em verem os seus acontecimentos transformados em notícia. Se pretendem jogar no tabuleiro do xadrez jornalístico precisam de ajustar o seu modo de interacção organizacional aos modos das organizações estabelecidas. A cobertura do movimento social depende em parte da capacidade de criar um aparelho de publicação e de demonstrar a sua vontade de participar na teia de facticidade que sustenta o trabalho jornalístico.”

Posto isto, há que ter presente que o jornalista não é o único e responsável produtor da notícia, num processo que começa pela origem da informação, que deve ser verificada antes de publicada. O jornalista deve, assim, ser prudente na relação que mantém com as fontes – por forma a não se tornar dependente de uma ou de um conjunto do mesmo quadrante, limitando a informação a uma linha única e, por conseguinte, com a objectividade comprometida. Além disto, importa ter presente que “uma fonte é quase sempre parte interessada e o jornalista tem de ter o cuidado de não se deixar instrumentalizar” (Público, 1998:130). Ou, por outras palavras, o jornalista não deve deixar-se arrastar para jogos de influência, transformando-se em veículo difusor das realizações das fontes que a ele acedem (Santos, 2013:32). A relação entre ambos reside, como já anteriormente se deixou notar, numa

dependência mútua, na qual interferem necessidades de exclusivo, rapidez no acesso à informação, e publicitação de acontecimentos ou feitos.

Além dos tipos já apresentados (fontes oficiais e fontes não-oficiais) podem ainda identificar-se as fontes anónimas e confidenciais. O anonimato diz respeito à recusa de identificação ou ao desconhecimento, do jornalista, da identidade da fonte – segundo apontam os livros de estilo, a fonte anónima deve ser unicamente utilizada como ponto de partida para obtenção de informação, posteriormente a confirmar, e não como fonte publicável (Lusa, 2012:20 e Público, 1998:92). A confidencialidade é uma forma de proteger a liberdade de testemunho e a integridade da fonte, e traduz-se por um compromisso assumido pelo jornalista, que o deve honrar, não sem confirmar a efectiva necessidade de proteger a fonte, assegurando a credibilidade da informação que a mesma lhe fornece.

Quanto à confidencialidade, pode ler-se no Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses: “O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos, excepto se o tentarem usar para canalizar informações falsas.” (Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses, 1993, ponto 6). Ao assumir este tipo de compromissos, o jornalista torna-se a exclusiva garantia da veracidade da informação que pública, pelo que é fundamental que tenha confirmação sobre a mesma – nomeadamente através do recurso a fontes identificadas.

1.1. As fontes na produção noticiosa sobre prostituição

A prostituição, nos media, é genericamente apresentada através de episódios isolados ou por associação a outros temas, tais como crime, ilegalidade e saúde pública (Dag Stenvoll, 2002). Estes casos esporádicos têm que ver com a “descrição da prostituição como um problema de ordem pública, fortemente associado com comércios ilegais, principalmente crime e drogas, e ao enquadramento dos trabalhadores do sexo como poluentes morais.” (FitzGerald e O'Rourke, 2012:146). Decorre desta tematização que as vozes que mais habitualmente se pronunciam sejam ligadas a esses universos, maioritariamente às histórias de crime.

Igualmente se sabe, e tal como se apresentou anteriormente, que o contato do jornalista com diferentes tipos de fontes tem influência nas dimensões ideológicas que vai conseguir abranger no processo de construção mediática (Gordon, 1992:57). Compreendendo também que os media informativos (particularmente os impressos) são importantes veículos de informação da sociedade civil, sabe-se que esta preponderância assume proporções maiores quando se trata de assuntos marginais com os quais a generalidade da população não trava conhecimento direto – mas apenas mediado, como é o caso da prostituição (FitzGerald e O'Rourke, 2012:145).

Mais recentemente, nomeadamente no final do ano de 2012, foi notícia na imprensa portuguesa²⁰, a campanha pelo reconhecimento do trabalho sexual levada a cabo pela Rede Sobre Trabalho Sexual²¹ sob o slogan “Trabalho sexual é

²⁰ Servem de exemplo as seguintes publicações: na edição online do Público de 08/10/2012, com título “Associações lançam campanha pelo reconhecimento do trabalho sexual” ; na edição online do Diário de Notícias de 09/10/2012, com o título “Campanha exige reconhecimento de trabalho sexual”; na edição online do Jornal de Notícias de 17/12/2012, com o título “Associações defendem que trabalho sexual deve ter enquadramento legal”.

²¹ Segundo identificação na página de *facebook* oficial: “A Rede sobre Trabalho Sexual (RTS) nasce em 2011 e é constituída pela maioria das organizações em Portugal que intervêm diretamente com trabalhadores(as) do sexo, académicos e pessoas que fazem trabalho sexual, não tendo qualquer fim lucrativo, nem filiação partidária ou religiosa. (<https://www.facebook.com/pages/Rede-sobre-Trabalho-Sexual/104752259637059?sk=info>, consultado em Junho 2014)

trabalho”. O lançamento desta campanha, inicialmente com o propósito de combater a discriminação perante os trabalhadores do sexo (denominação na qual se incluem as pessoas que exercem a prostituição mas também o striptease, o atendimento em linhas eróticas e outros serviços de natureza sexual) permitiu que algumas organizações fossem ouvidas e tivessem espaço no debate mediático, suspendendo as habituais fontes policiais e propondo um debate sobre as condições em que é exercida (e sobre as pessoas que exercem) a prostituição. Contudo, e atentando na produção jornalística sobre o tema, após o lançamento da campanha e, posteriormente, do manifesto pelo enquadramento legal do trabalho sexual, constata-se que o tema desapareceu da agenda mediática. Transformou-se, assim, num episódio, importante mas isolado, que diz respeito aos casos específicos (não associados à criminalidade ou demais questões de saúde pública) a que FitzGerald e O'Rourke se referem.

2. Os atores sociais que disputam o acesso ao espaço público – Organizações

“É impressionante o facto de que as prostitutas estão habitualmente excluídas do debate político sobre a prostituição. Regulamentaristas e abolicionistas (Corbin, 1978; Walkovtiz, 1980) partilham tradicionalmente – embora com algumas diferenças – uma concepção de prostituição que nega aos que estão envolvidos nessa actividade a possibilidade de expressarem a sua opinião sobre políticas que os afectam e directamente lhes dizem respeito.” (Mathieu, 2003:29)

“A Rede Global de Projetos de Trabalho Sexual (NSWP) existe para apoiar a voz de trabalhadores/as sexuais a nível global e conetar redes regionais de defesa dos direitos de trabalhadores sexuais femininos, masculinos e transgénero.” (<http://www.nswp.org/page/who-we-are>)

Da investigação que Liliane Mathieu levou a cabo em 2003, sobre o surgimento e resultados dos movimentos sociais de prostitutas, com base em associações/movimentos localizados em França, Estados Unidos da América e Holanda, é possível destacar conclusões ainda válidas e justificativas da baixa preponderância que grupos desta natureza registam no debate político e mediático da prostituição. Conclui Mathieu que este tipo de movimentos sociais é “muito frágil, e os seus resultados parecem ser ainda mais incertos ou desapontantes” (2003, 46). A fragilidade destes movimentos está, segundo a mesma investigação, associada à dependência a outras organizações mas, prioritariamente, a um sentimento ambíguo dos próprios intervenientes do movimento quanto à prática da prostituição – associada ao estigma social e ao domínio do preconceito perante a actividade e as pessoas nela envolvida.

Um exemplo diferente de um movimento da mesma natureza chega-nos do Brasil, pelo impulso do grupo Davida. Segundo a sua própria apresentação, disponível no site oficial do grupo:

“Davida nasceu da determinação de uma prostituição de enfrentar o preconceito e o estigma que envolvem as profissionais do sexo. Quando a instituição foi criada, em 1922, Gabriela Silva Leite, colegas e simpatizantes já somavam diversos anos de atuação no movimento organizado. (...) Davida cresceu, ampliou suas parcerias, de nível local, nacional e internacional, e se consolidou como entidade de referência na luta das profissionais do sexo em direção ao pleno exercício da cidadania.” (<http://www.davida.org.br>; separador “História”)

A prostituta Gabriela Leite, a quem a apresentação do site se refere, fundou a ONG Davida e marcou profundamente o debate sobre a prostituição no Brasil, como principal activista pelos direitos das prostitutas. Faleceu em Outubro de 2013 (com 62 anos, vítima de cancro) mas deixou uma marca considerável na luta pelo

reconhecimento do trabalho sexual e destigmatização da prostituição. Em 2005 criou, em associação à Davida e por forma a colaborar com as despesas de funcionamento da mesma, a griffe de moda “Daspu” (um nome provocante, “de quem não tem vergonha de dizer o que é e o que faz”, pode ler-se no site da marca²²). A roupa contribuiu para “ampliar a atenção da sociedade para os direitos das prostitutas”, através da associação de figuras públicas à marca e à sua roupa, e de público em geral nos desfiles. Outro momento importante de mediatização tem que ver com a adaptação do seu livro “Filha, Mãe, Avó e Puta” ao teatro, tendo permanecido em cartaz durante cerca de 1 ano. Em 2010 aquando da sua candidatura a deputada federal pelo partido Verde, foi a figura central do filme ‘Um Beijo para Gabriela’, de Laura Murray, que segue de muito perto a campanha. Destaco parte de um dos vídeos gravados para os “extras” do DVD, disponibilizado no youtube no canal de Murray, realizadora do filme:

“É muito engraçado porque eu não sou socióloga, não terminei meu curso, mas as pessoas botaram na cabeça que eu sou socióloga. Então as pessoas dizem assim: “Gabriela, socióloga e ex-prostituta”. É engraçado porque o que eu não sou, eu sou, e o que eu sou, eu não sou! Para ver a que ponto chega o preconceito e o estigma e tudo mais. É um absurdo. Eu não sou socióloga mas eu sou puta. Estou aposentada, mas eu sou. (...) Você tem que ser tão politicamente correto nessa vida que vira uma bobagem. Você não pode chamar favela de favela, é comunidade. Sabe? Favela é favela, e tem uma origem lindíssima a palavra favela, vem da Guerra de Canudos. Mas não pode se falar. Comunidade é qualquer coisa. Igual a profissional do sexo. Profissional do sexo é qualquer coisa, é a definição de todo o mundo que trabalha com sexo. Igual a profissional da comunicação, é para todo o mundo que trabalha com comunicação. Então, precisa ter identidade, aí a gente muda alguma coisa.”

(<https://www.youtube.com/watch?v=CvKkGPiXv0o>)

O argumento principal do excerto que acima se apresenta, a identidade e o combate ao estigma da prostituição (concretamente, da palavra “puta”) é um

²² [http://www.daspu.com.br/\(quemsomos\)](http://www.daspu.com.br/(quemsomos))

constante nos discursos públicos e demais tomadas públicas de posição. A autobiografia que publicou, bem como a campanha e os projectos de lei (com o deputado Fernando Gabeira e posteriormente com Jean Wyllys), foram focos de atenção mediática e de convergência de movimentos sociais (como a Rede Brasileira de Prostitutas, que conta com mais de 30 organizações, sob o slogan “Trabalho sexual é um direito sexual”)²³.

Procurando compreender o panorama das organizações portuguesas directamente ligadas ao apoio a pessoas em contexto de prostituição, a primeira constatação é que não há nenhuma organização fundada, mantida ou na qual prostitutas/as ou trabalhadores/as do sexo tenham predominância. Há contudo, um projecto nacional que integra “colegas que, como membros da comunidade do trabalho sexual, têm um melhor conhecimento e proximidade com a população-alvo. Eles estão envolvidos na avaliação de necessidades, concepção e avaliação de folhetos informativos, avaliação das actividades do projecto e na divulgação do projecto e introduzindo as equipas de extensão para locais desconhecidos de sexo.”²⁴. Trata-se do Projecto PortoG, da Agência Piaget para o Desenvolvimento, que figura na listagem de membros europeus da Rede Global, como único projecto português.

Do panorama nacional foi possível apurar, em actividade, as seguintes organizações de intervenção social no âmbito da prostituição/trabalho sexual, divididas por 4 zonas:

Zona Norte	Projeto Autoestima
	APDES PortoG

²³ http://www.umbeijoparagabriela.com/?page_id=2579

²⁴ <http://www.nswp.org/members/europe/apdes-agencia-piaget-para-o-desenvolvimento>

	APF Norte Projeto Espaço Pessoa
Zona Centro	Acompanha
	Existências
	FMS Equipa de Intervenção Social ERGUE-TE
	FMS Estrutura de Emprego Protegido
Grande Lisboa	Associação Positivo - Projeto RedLight
	Grupo Português de Ativistas sobre Tratamento VIH/SIDA
	Obra Social das Irmãs Oblatas - Projeto CAOMIO
	APF Lisboa - Projeto Trans-Porta
	Liga Portuguesa Contra a Sida
	O Ninho
Zona Sul	Lar Santa Helena
	APF Algarve
	APF Alentejo
	Movimento de Apoio à Problemática da Sida

Tabela 1

Para obter esta listagem usou-se, em primeiro lugar, o “Mapeamento de Serviços dirigidos a trabalhadores(as) do sexo”, publicado em 2012 pelo GAT (Grupo Português de Ativistas sobre Tratamento VIH/SIDA), inserido no projecto “Dar Voz aos Trabalhadores do Sexo” - a publicação foi co-financiada pelo programa ADIS/SIDA da Coordenação Nacional para a Infeção VIH/SIDA. O documento elenca quais as organizações ou projetos existentes em Portugal direccionados (total ou parcialmente) a trabalhadores/as do sexo, e quais os serviços (de apoio social, jurídico ou a nível da saúde) que os mesmo facilitam. Por se constatar que desta publicação não faziam parte organizações ou projectos não identificados com o enquadramento do “trabalho sexual”, alargou-se o leque de pesquisa. Foi então possível encontrar, em Portugal, outros contextos de intervenção, não-alinhados com o “trabalho sexual” mas que igualmente prestam apoio e acompanham pessoas em contexto de prostituição. Da listagem acima

apresentada não é possível encontrar representatividade de movimentos identificados ou assumidos publicamente enquanto feministas, nem enquanto movimentos de mulheres. Tratam-se de grupos de intervenção social, muitos deles não associados por exclusividade à intervenção na área da prostituição – é clara a associação a problemáticas paralelas, nomeadamente a prevenção do HIV/SIDA .

No mesmo sentido, os movimentos de mulheres (identificados, ou não, com o ideário feminista) em Portugal não encaram a temática da prostituição como uma prioridade de debate. Temas como “a violência conjugal, o cancro da mama, as concepções actuais dos feminismo(s), a saúde sexual e reprodutiva, o acesso aos cargos de decisão e o envolvimento em medidas legislativas com impacto directo na vida das mulheres portuguesas” (Peça, 2010:91) foram os temas em que as organizações puderam partilharam o espaço público e influir nas decisões da esfera política. No que diz respeito aos direitos sexuais e reprodutivos, no ano de análise (2008), os principais enfoques mediáticos têm que ver com a contraceção e a interrupção voluntária da gravidez – ainda no rescaldo da lei que despenalizava o aborto, segundo determinadas condicionantes. Neste campo, igualmente, a prostituição surge em debate de forma “mais residual” (Peça, 2010:91), não constituindo um tema de interesse partilhado entre organizações e jornalistas e, portanto, arredado da discussão pública.

Capítulo IV Estudo de caso: a intervenção social em prostituição e os meios de comunicação

1. Enquadramento metodológico

Partimos de um posicionamento feminista para esta investigação e nele fundeámos o enquadramento teórico construído, de que demos conta nos últimos capítulos. Interessa-nos, de ora em diante, apresentar o estudo de caso realizado, que visou fundamentalmente responder ao conjunto de perguntas de partida que a seguir se elenca:

- Quais as características das organizações de intervenção social em prostituição que operam em Portugal?
- Quais são, e como se processam, as suas estratégias de comunicação?
- Qual a ligação destas organizações com o pensamento e movimento feministas?
- Quais as características da relação destas organizações com os *media mainstream* portugueses?
- Como percecionam e avaliam estas organizações a construção mediática da prostituição e da sua intervenção nesta prática?
- Como percecionam e avaliam os *media mainstream* portugueses as estratégias comunicacionais destas fontes de informação?

Caixa 1

As ferramentas metodológicas utilizadas para encontrar as respostas às questões supracitadas foram o inquérito e a entrevista, que descreveremos de forma circunstanciada mais à frente, nas secções 1.1, 1.2 e 1.3.

Por ora, interessa-nos realçar que a pesquisa se desenvolveu por etapas consecutivas, partindo da pesquisa bibliográfica, que ofereceu uma contextualização das temáticas relevantes para esta investigação. A primeira das ferramentas metodológicas a ser usada foi o questionário, dirigido às organizações/projectos

nacionais que prestam apoio (exclusivo ou parcial) a pessoas que se prostituem. Complementou-se, depois, a pesquisa com a realização de dois tipos de entrevistas (semi dirigidas e fechadas). A figura que se segue ilustra este processo:

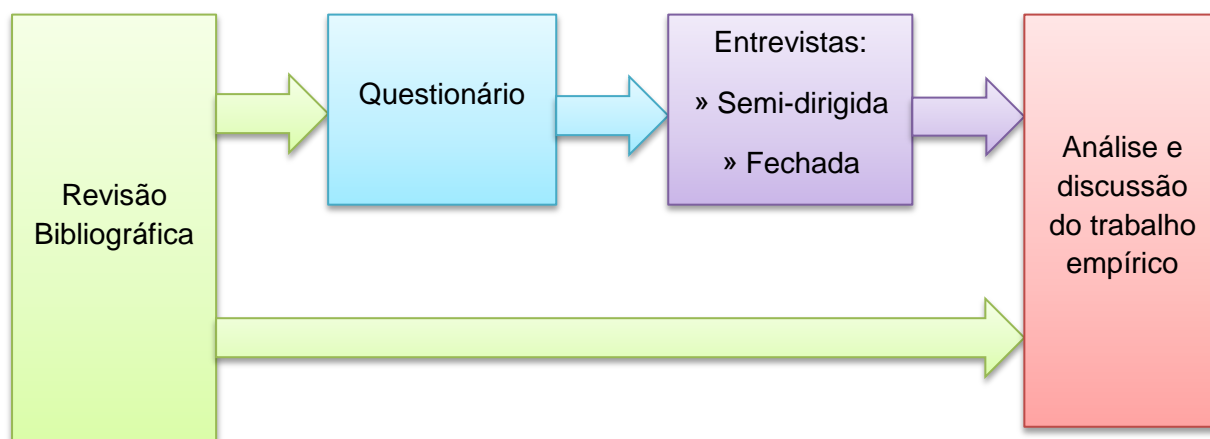


Ilustração 1

1.1. Questionário

O questionário é uma das ferramentas principais na recolha de dados para um projecto de investigação, a par das entrevistas, e deve ser “objetivo, limitado em extensão e estar acompanhado de instruções” (Silva e Menezes, 2005:33). Procurou-se, após leitura das indicações de Bryman (2012: 232-243), que a estrutura do questionário privilegiasse questões de resposta fechada em detrimento de respostas abertas e desenvolvidas. No âmbito desta investigação, o questionário, enviado às organizações por correio electrónico, foi composto por 41 perguntas, divididas em 5 tipos, segundo descritos e apresentados abaixo por representatividade no total.

» Caixa de verificação: numa listagem (fechada) de opções, o respondente pode seleccionar mais do que uma resposta por pergunta, sem mínimo ou máximo;

» Escolha múltipla: numa listagem (fechada) de opções, o respondente pode seleccionar apenas uma hipótese das apresentadas;

» Grelha: atendendo à informação das linhas e colunas o respondente pode seleccionar uma hipótese (fechada), por linha, das apresentadas nas colunas;

» Texto curto: resposta (aberta) de uma linha de texto;

» Texto desenvolvido: resposta (aberta) de um parágrafo de texto;

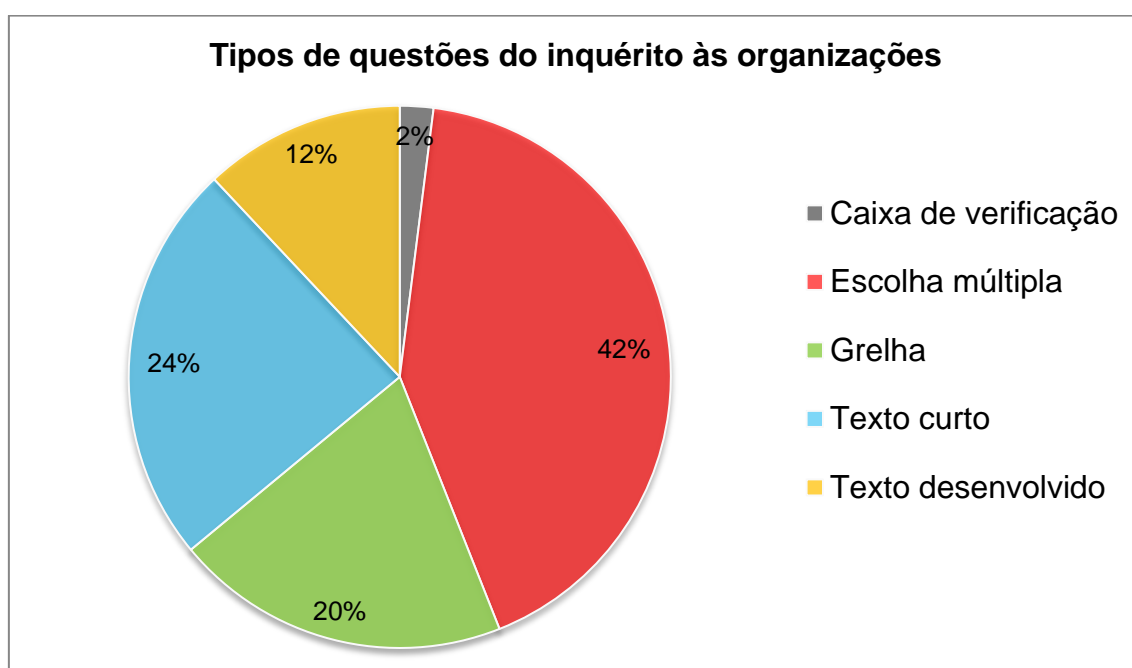


Gráfico 1

O inquérito permitiu um primeiro momento de análise, com base na revisão bibliográfica, e possibilitou a criação de um guião de entrevista mais aprofundado, suportado em alguns momentos nas tendências encontradas no inquérito. Foi organizado a partir dos formulários gratuitos do Google Drive, e dividido em 3 partes principais, e uma última de recolha de dados de contacto para entrevista, as quais: Caracterização da Organização; Estratégia de Comunicação; Relação com os meios de comunicação social; e Conclusão e comentários finais. Para assegurar o rigor do

processo de recolha de respostas foi atribuída uma chave de validação aleatória a cada organização, composta por quatro caracteres (letras e números).

Os respondentes do inquérito, num total de 17 (seguidamente enunciados) compõe a totalidade, no melhor do meu conhecimento e pesquisa, da realidade nacional de organizações de intervenção social que prestam apoio a pessoas que se prostituem – seja essa a sua missão total ou parcial.

Zona Norte	Agência Piaget para o Desenvolvimento - Projeto Porto G
	APF Norte - Projeto Espaço Pessoa
	ARS Norte - Programa Autoestima
Zona Centro	Acompanha - Cooperativa de Solidariedade Social
	Associação Existências
	Equipa de Intervenção Social ERGUE-TE
	Estrutura de Emprego Protegido da Fundação Madre Sacramento
Grande Lisboa	APF Lisboa - Projeto Trans-Porta
	Associação Positivo - Projeto Red Light
	GAT - Grupo Português de Ativistas sobre Tratamentos VIH/SIDA
	LPCS - Liga Portuguesa Contra a SIDA
	Obra Social das Irmãs Oblatas - Projeto Caomio
	O Ninho
Zona Sul	Associação para o Planeamento da Família – Alentejo
	Lar de Santa Helena
	Associação para o Planeamento da Família – Algarve
	MAPS - Movimento de Apoio à Problemática da SIDA

Tabela 2

Compreendendo que a extensão da amostra não impossibilitava a realização de entrevistas, optou-se por esta metodologia considerando as vantagens/desvantagens da utilização de um esquema de inquérito por comparação à realização de entrevistas, apresentadas por Bryman (2012: 232-235). As desvantagens foram ultrapassadas da seguinte forma, validando a realização dos inquéritos:

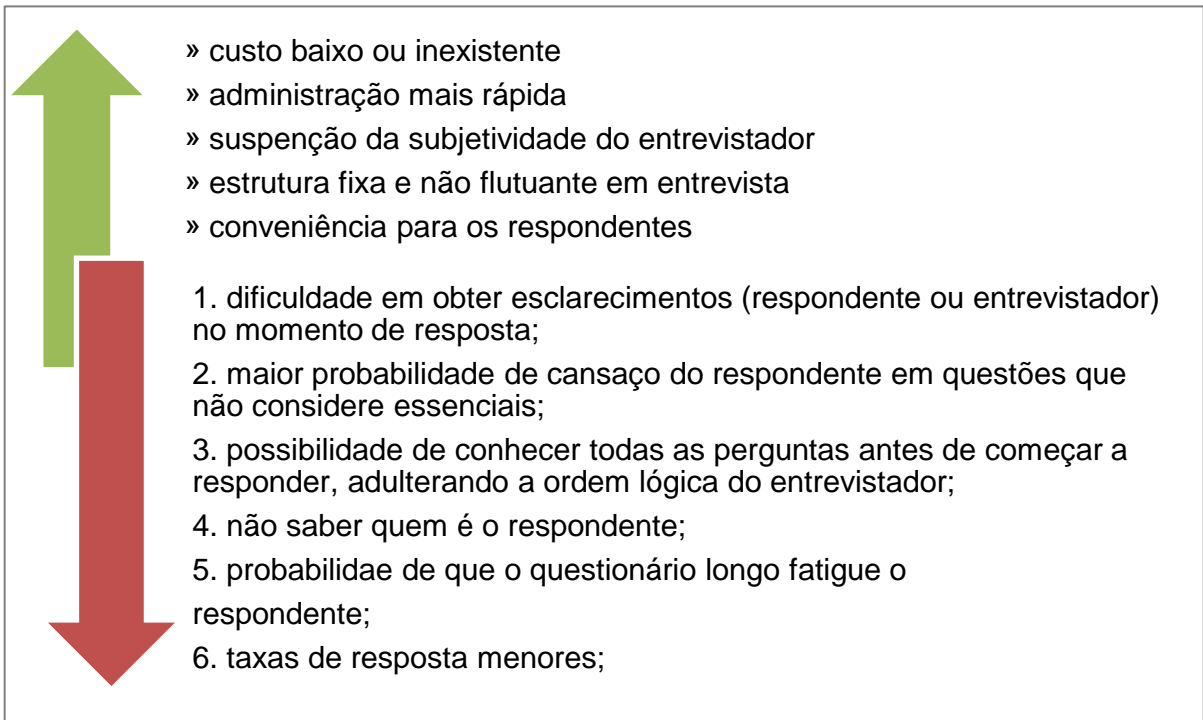


Ilustração 2

1. Não tendo sido a única ferramenta utilizada, esta dificuldade não se coloca do ponto de vista da investigação, posto que a entrevista (realizada posteriormente), tinha como propósito explorar com mais enfoque algumas questões. Na perspectiva do respondente, tentou-se eliminar a necessidade de esclarecer as questões usando linguagem simples e directa. Contudo, deixou-se indicação de que quaisquer pedidos de esclarecimento poderiam ser enviados – tendo disto resultado apenas um pedido.

2. Tentou-se minorar este problema utilizando questões transversais a organizações que prestam apoio a pessoas que se prostituem, mais do que atender às particularidades da intervenção social de cada uma (nos seus diferentes âmbitos e particularidades).

3. O questionário apenas permitia avançar para a parte seguinte após a anterior estar totalmente preenchida.

4. Procurou-se enviar o email com o pedido de resposta ao inquérito para o contacto direto da direcção ou coordenação da organização/projecto (quando disponível) ou confirmar a receção e o respondente, através do telefonema posterior ao envio de email.
5. A resposta ao formulário de inquérito foi testada para que não demorasse mais do que 15 minutos, no total.
6. A amostra reduzida permitiu um contacto mais próximo sendo que, após bastante insistência, foi possível garantir a totalidade (100%) de respostas das organizações ou projetos aos quais se enviou o pedido de colaboração.

Posto isto, optou-se pelo envio do inquérito como primeira fase de recolha de dados. Esta etapa decorreu entre o dia 3 de Março (receção da primeira resposta) e o dia 15 de Julho (receção da última resposta).

1.2. Entrevistas a representantes de Organizações

As entrevistas a realizar a representantes de organizações foram pensadas segundo o esquema semiestruturado, que prevê um “contexto em que o entrevistador tem uma série de questões que estão na forma geral de um roteiro de entrevista, mas é capaz de variar a sequência de perguntas” e “fazer perguntas adicionais” (Bryman, 2012:212). Tiveram como finalidade aprofundar o conhecimento e procurar esclarecimentos face às tendências encontradas após a análise dos inquéritos. Decorreram por telefone (3 delas) e por skype (a restante). O roteiro seguiu o esquema tripartido dos inquéritos, com um total de 30 perguntas e um tempo médio de resposta de 50 minutos.

A partir do Método de Hondt, comumente utilizado para converter votos em mandatos políticos, foi possível encontrar uma percentagem representativa do total de inquéritos realizados, para realizar as entrevistas. A chave escolhida para aplicação do algoritmo foi o enquadramento político-jurídico com que a organização/projecto se identifica (última questão, de resposta obrigatória, da primeira parte do inquérito). Optou-se por esta chave por se entender que a identificação com um modelo em detrimento de outro (de forma mais acentuada nos dois principais e opostos) cria e, ao mesmo tempo reflecte, tendências antagónicas na missão e valores da organização e da sua intervenção prática. Posto isto, interessa perceber se as mesmas têm influência na estratégia de comunicação e na relação com os *media* informativos. Assim, as respostas foram:

	Modelo	Nº de escolhas
A	Proibicionista	0
B	Abolicionista	5
C	Regulador	12
D	Novo-Abolicionismo	0

Tabela 3

A partir destes resultados, e com intenção de encontrar representatividade para realização de 4 entrevistas, utilizou-se o método, como exposto abaixo:

		Modelos			
		A	B	C	D
Divisores	1	0	5	12	0
	2	0	2,5	6	0
	3	0	1,6	4	0
	4	0	1,25	3	0
	5	0	1	2,4	0

Tabela 4

As células sombreadas correspondem aos quatro valores mais elevados e dizem respeito aos modelos segundo o qual se seleccionaram as organizações/projectos para entrevistar. Pelo resultado acima apresentado se compreende que foram escolhidas:

- » Uma (1) organização/projeto que se identifique com o modelo de enquadramento político-jurídico abolicionista;
- » Três (3) organizações/projetos que se identifiquem com o modelo de enquadramento político-jurídico regulador;

De entre as possibilidades que os números ainda ofereciam, foram tomados em consideração os seguintes factores: área de intervenção, base/cariz religioso e, enquanto factor de exclusão se negativo, prostituição enquanto problemática prioritária no ano de 2013 (questões respondidas na primeira parte do inquérito, “Caracterização da Organização”). Posto isto, foram seleccionadas as seguintes organizações:

Nome	APF - Projecto Espaço Pessoa	Associação Existências	O Ninho	Movimento de Apoio à Problemática da Sida
Zona	Norte	Centro	Grande Lisboa	Sul
Base/cariz religioso	Não	Não	Sim	Não
Prostituição enquanto prioridade	Sim	Sim	Sim	Sim
Enquadramento político-jurídico	Regulador	Regulador	Abolicionista	Regulador

Pessoa de contacto para entrevista	Jorge Martins (coordenador do projecto)	Paulo Anjos (presidente da direcção)	Inês Fontinha (directora)	Oswaldo Coutinho (coordenador geral)
---	--	---	------------------------------	---

Tabela 5

As entrevistas surgirão mencionadas, doravante, segundo os códigos E1 a E4, aleatoriamente atribuídos às organizações e pessoas de contacto.

1.3. Entrevistas a jornalistas

Inicialmente pensadas segundo o mesmo modelo, as entrevistas aos jornalistas foram alteradas para o esquema fechado, enviado por email, por se ter constatado que este recebeu mais aceitação e disponibilidade da parte dos jornalistas contactados. Procurou-se que a amostra de jornalistas se aproximasse o mais possível das tendências de contacto encontradas na análise dos inquéritos às organizações e incluísse nomes associados à produção de notícias do âmbito da exclusão social, grupos minoritários, prostituição ou tráfico de seres humanos com fins de exploração sexual. Os seguintes mostraram-se disponíveis a colaborar em tempo útil:

Jornalista	Órgão de Comunicação
Maria do Céu Neves	Diário de Notícias
Pedro Coelho	SIC
Helena Norte	Jornal de Notícias
Ana Isabel Fonseca	Correio da Manhã

Tabela 6

A entrevista foi composta por oito perguntas de resposta desenvolvida e uma pergunta a ser respondida com recurso a caixas de verificação. Da totalidade das

questões colocadas aos jornalistas, salienta-se aquelas em que é pedido um comentário face às tendências mais importantes encontradas na análise preliminar dos inquéritos e entrevistas às organizações. Esta entrevista aos jornalistas permitiu, pois, criar um contraponto de opinião e de perspectiva quanto a assuntos do exercício do jornalismo, da gestão da agenda e da relação com as organizações. Por forma a garantir a confidencialidade dos depoimentos, as entrevistas aos jornalistas surgirão mencionadas, doravante, segundo os códigos EJ1 a EJ4, aleatoriamente atribuídos.

2. Análise e discussão de resultados

Seguidamente dar-se-á conta dos resultados obtidos através da aplicação das ferramentas da análise empírica anteriormente apresentadas. Nesta fase serão relacionados as respostas às perguntas de partida através da estrutura que orientou os inquéritos e os questionários. Por isso mesmo se apresentam três pontos destacados de enfoque, sendo eles:

1. Caracterização das Organizações: onde procuramos traçar o perfil das organizações com base na sua missão, valores, intervenção prática e recursos humanos;
2. Estratégias de Comunicação: particularmente debruçado sobre a utilização de ferramentas com vista à promoção de actividades e/ou tomadas públicas de posição, de forma autónoma e gerida pela organização.
3. Relação com os *media*: neste subcapítulo apresentam-se as conclusões que dizem respeito à realização e receção de contatos com os meios de comunicação,

bem como uma reflexão sobre os fundamentos da percepção e interesse do debate mediático sobre a prostituição.

2.1. Caracterização das Organizações

Da totalidade das organizações contactadas no âmbito desta investigação verificou-se que a maioria está constituída enquanto Instituição Particular de Solidariedade Social. As IPSS caracterizam-se por serem “instituições constituídas por iniciativa de particulares, sem finalidade lucrativa, com o propósito de dar expressão organizada ao dever moral de solidariedade e de justiça entre os indivíduos, que não sejam administradas pelo Estado ou por um corpo autárquico”²⁵.

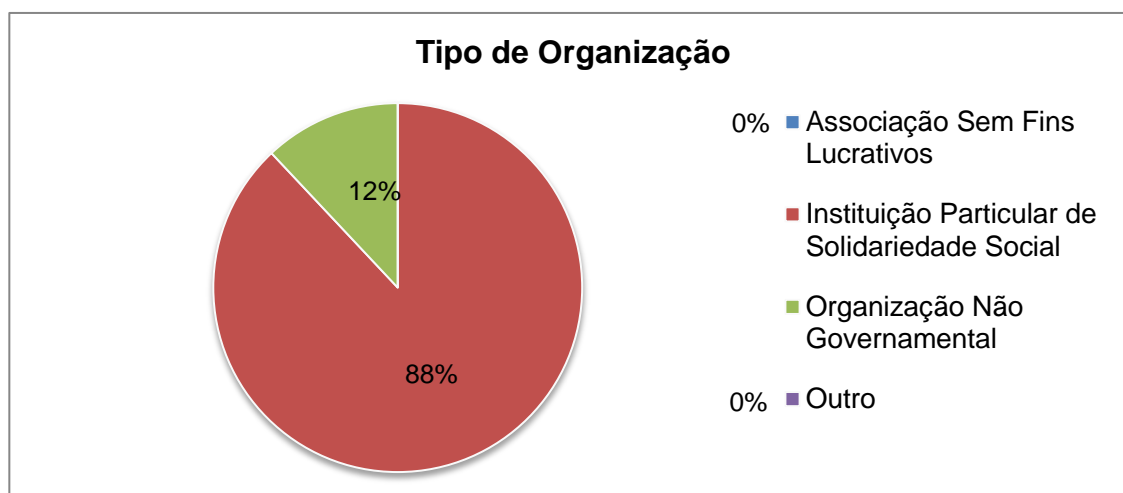


Gráfico 2

As restantes enquadram-se na definição de Organização Não Governamental, diferenciando-se das anteriores porque “não possuem quaisquer vínculos com

²⁵ Segundo informação que pode ser consultada no site da Segurança Social, em <http://www4.seg-social.pt/ipss>

instâncias do Governo”²⁶ mas, igualmente, “desenvolvem projectos, por exemplo, na área da promoção social (...) sem fins lucrativos e com uma função social e política na comunidade em que se inserem.”

1967	1987	1990	1992	1993	1998	1999	2001	2004	2009
6 organizações	1 organização	1 organização	2 organizações	1 organização	1 organização	1 organização	1 organização	1 organização	2 organizações
APF Norte - Projeto Espaço Pessoa APF Lisboa - Projeto Trans-Porta O Ninho APF – Alentejo Lar de Santa Helena Associação para o Planeamento da Família – Algarve	Obra Social das Irmãs Oblatas - Projeto Caomio	LPCS - Liga Portuguesa Contra a SIDA	MAPS - Movimento de Apoio à Problemática da SIDA Equipa de Intervenção Social IERGUE-TE	Associação Positivo - Projeto Red Light	ARS Norte - Programa Autoestima	Acompanha - Cooperativa de Solidariedade Social	GAT - Grupo Português de Ativistas sobre Tratamentos VIH/SIDA	Associação Existências Agência Piaget para o Desenvolvimento - Projeto Porto G	Estrutura de Emprego Protegido da Fundação Madre Sacramento

Tabela 7

Quanto à fundação, as organizações mais antigas remontam a 1967 (destacam-se a APF com as suas várias delegações e O Ninho). Vinte anos mais tarde um novo marco importante, correspondendo à primeira organização religiosa com religiosas (freiras) a intervir socialmente junto de pessoas que se prostituem. Durante a década de '90 surgem seis novas organizações em Portugal, e de 2000 até ao presente ano surgem quatro.

²⁶ Segundo informação que pode ser consultada no Portal da Empresa, em <http://www.portaldaempresa.pt/CVE/pt/AreasdeInteresse/EconomiaSocial/OrganizacoesnaoGovernamentais/>

Desta década, sabe-se ainda que a taxa de pobreza diminuiu (em 1998) quatro pontos percentuais, deixando Portugal de ocupar o último lugar na tabela comparativa dos países da União Europeia (ultrapassa a Grécia e o Reino Unido). Ainda, nos parâmetros de protecção social, a “função «Exclusão social» vê crescer a sua importância, sobretudo devido ao surgimento do Rendimento Mínimo Garantido (actual Rendimento Social de Inserção)”, cujo número de beneficiários é maioritariamente feminino (Instituto Nacional de Estatística – Destaque, 2003:7). A terminar a década (1999) as IPSS são responsáveis “por aproximadamente 3% do total das prestações sociais concedidas” (Instituto Nacional de Estatística – Destaque, 2003:9).

Quanto à base ou cariz religioso, foi possível apurar que a maioria das organizações não tem qualquer ligação à Igreja, como se pode confirmar no gráfico. Fazem parte da minoria, a par de outras organizações com vínculos menos efectivos, a Congregação das Irmãs Oblatas do Santíssimo Redentor e a Congregação das Irmãs Adoradoras Escravas do Santíssimo Sacramento e da Caridade (fundadas em Espanha como obra social religiosa voltada para a mulher em contexto de prostituição). Ambas as Congregações operam em Portugal e as religiosas integram profissionalmente as respectivas obras sociais.

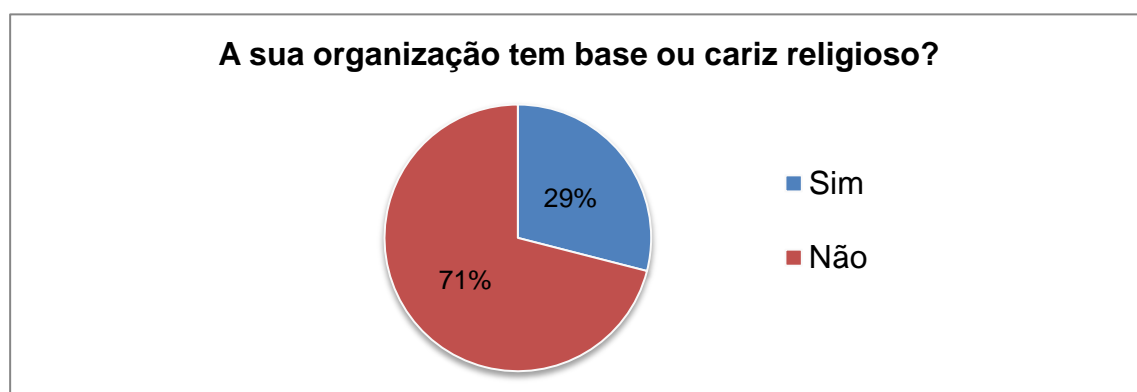


Gráfico 3

Considerando que o cariz religioso de uma organização a poderá orientar segundo os princípios morais da Igreja, importou perguntar às organizações (em entrevista) se consideravam este factor condicionante da intervenção. Pelas respostas concluiu-se que, embora se reconheça a diferença, a mesma não é significativa.

“A instituição pode ter por base ou por suporte uma entidade de cariz religioso mas as pessoas, e eu conheço algumas instituições, como as Oblatas, como as Adoradoras, têm um olhar igual ao de muitos técnicos. Isto é, se poderá haver uma filosofia de base, penso que os técnicos a ultrapassam e quando fazem abordagens não são de cariz moralista” (E3)

Quanto à área de intervenção, a maioria das organizações disponibiliza os seus serviços a nível nacional, como se ilustra no gráfico abaixo, sendo o nível distrital a segunda resposta mais apontada. Os distritos destacados, neste parâmetro, foram: Braga, Guimarães, Viana do Castelo, Porto, Aveiro, Coimbra, Leiria, Lisboa e Faro.

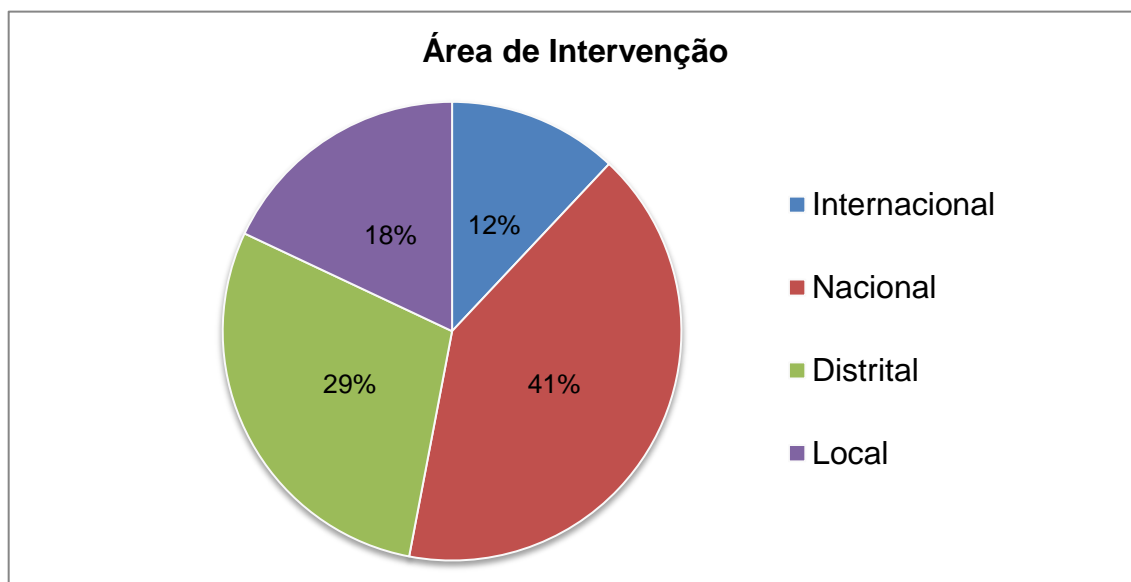


Gráfico 4

No que diz respeito aos recursos humanos afectos às organizações, concluiu-se que a grande maioria das organizações dispões de equipas de trabalho com 10

ou mais técnicos, sendo que não há nenhuma organização que conte com menos de 4 técnicos.

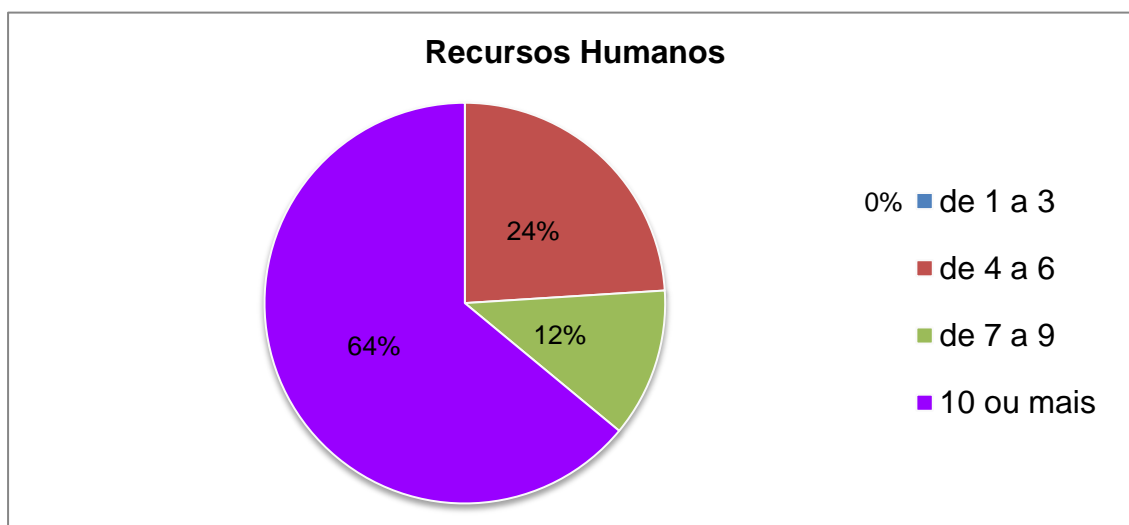


Gráfico 6

Aprofundando esta informação, percebemos na entrevista que a maioria das organizações não têm, nem pondera ter (a curto prazo), um profissional dedicado exclusiva ou principalmente à comunicação, “estritamente por razões económicas” (E4). De facto, e comparando este resultado com alguns outros, de seguida apresentados, se compreende o comentário obtido na mesma entrevista: “De certa forma alguns dos nossos técnicos fazem de tudo um pouco” (E4).

Como se pode ver nos seguintes gráficos, nota-se que há um interesse da maioria das organizações em organizar a comunicação externa a partir de um responsável directamente afecto ao projecto, da mesma forma que há algum interesse (se bem que menos expressivo) em recolher peças jornalísticas (nalguns casos, analisar e reflectir) sobre prostituição e demais problemáticas. Procurou-se concluir que são os responsáveis deste trabalho (pedia-se às organizações, que respondessem afirmativamente, indicassem também o cargo ocupado pela pessoa responsável por cada um dos casos), tendo-se obtido as seguintes conclusões:

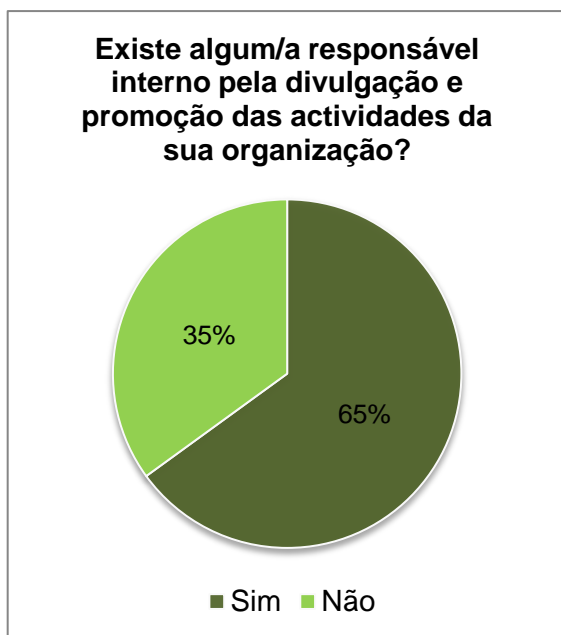


Gráfico 7

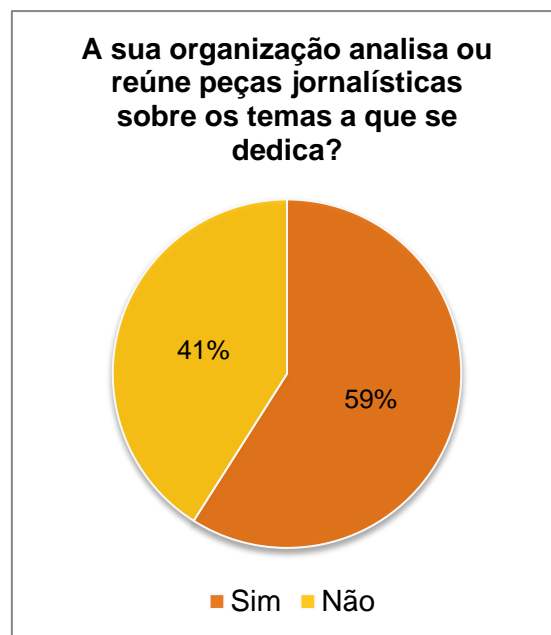


Gráfico 8

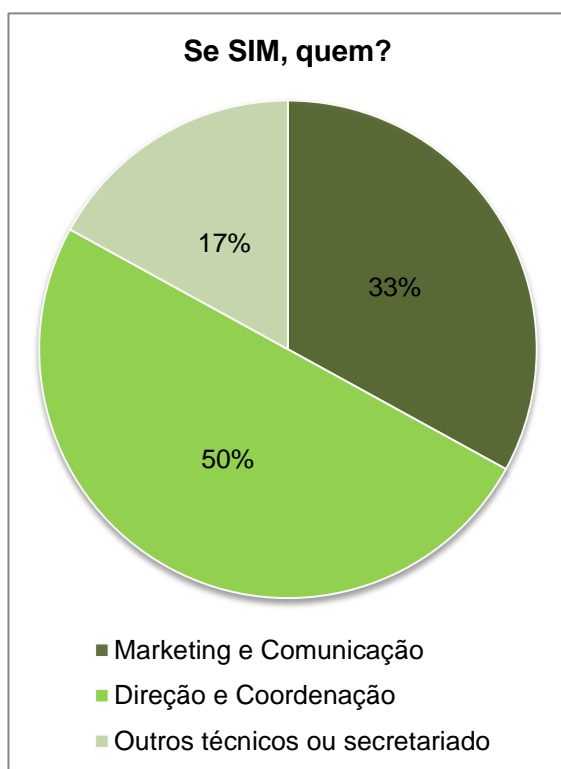


Gráfico 10

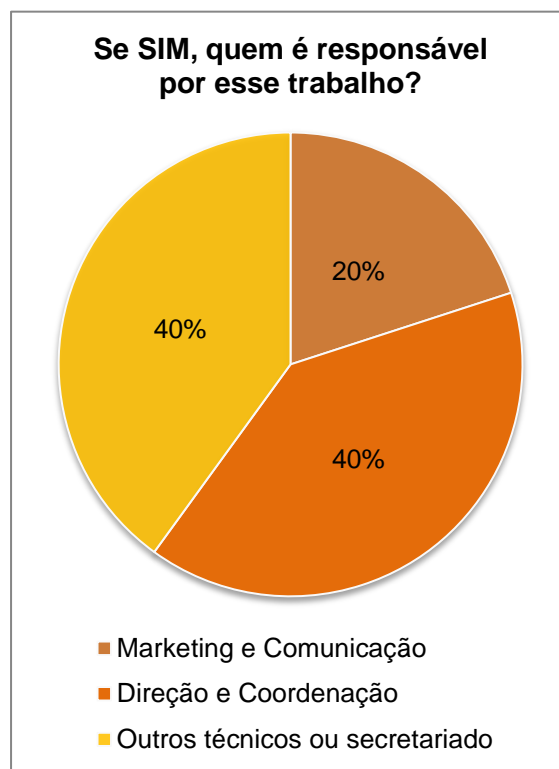


Gráfico 9

No que diz respeito à comunicação externa nota-se que há uma ligação muito direta à direcção ou coordenação dos projectos, e que a responsabilidade passa

para técnicos de marketing ou comunicação apenas em casos de organizações nacionais com um gabinete de comunicação único (centralizado na sede) que articular a comunicação de todos os projectos ou delegações. O caso mais comum é, como relato em entrevista, um cenário em que “há apenas 3 responsáveis. A presidente, a vice-presidente e eu [coordenador]. Por regra, quem faz a gestão, pela disponibilidade, sou eu.” (E2). Quanto à recolha e análise, percebemos que a responsabilidade passa mais para “a equipa em geral” (Inquérito), estando os técnicos a par da direcção/coordenação. A pouca reflexão (posto que o trabalho é, maioritariamente, de recolha) feita pelas organizações, a nível interno, mas igualmente porque não são seriamente exploradas parcerias com outras entidades que pudessem realizar este trabalho é sentida pela coordenação dos projectos, mas novamente os constrangimentos de tempo e financiamento surgem como barreira.

“Claro que seriam precisos mais técnicos. Não temos é dinheiro para pagar a mais. (...) Não quer dizer que não fosse necessário, porque nós achamos que a comunicação social trata desta problemática de uma forma muito ligeira, muito superficial, a maioria, salvo raras excepções, mesmo em reportagens. E achamos que deveríamos ter um técnico preocupado e com uma função específica de abordar estas questões com a comunicação social, mas não temos. Não podemos ter.” (E1)

A gestão interna da comunicação e dos responsáveis por ela é feita num equilíbrio de prioridades. “Primeiro que tudo estão os utentes, é verdade” (E2), mas “para comunicar precisamos de ter trabalho, que está com os nossos utentes, e para podermos providenciar um melhor serviço aos nossos utentes a comunicação acaba por trazer qualquer coisa mais” (E2). A prioridade da intervenção social, contudo, não é uma realidade preocupada com um único enfoque mas que se dedica a mais que um problema ou exclusão. Elaborando a média das problemáticas prioritárias na intervenção de todas as organizações quanto ao ano de 2013 foi possível concluir

que as problemáticas prioritárias são a prostituição, as doenças sexualmente transmissíveis e a pobreza (patamar 81% a 100%). Consideram-se muito relevantes (61% - 80%) questões relacionadas com imigração, violência de género e identidade e orientação sexual. As dependências de drogas de álcool são, respectivamente, consideradas relevantes (41% a 60%) e pouco relevantes (21% a 40%).

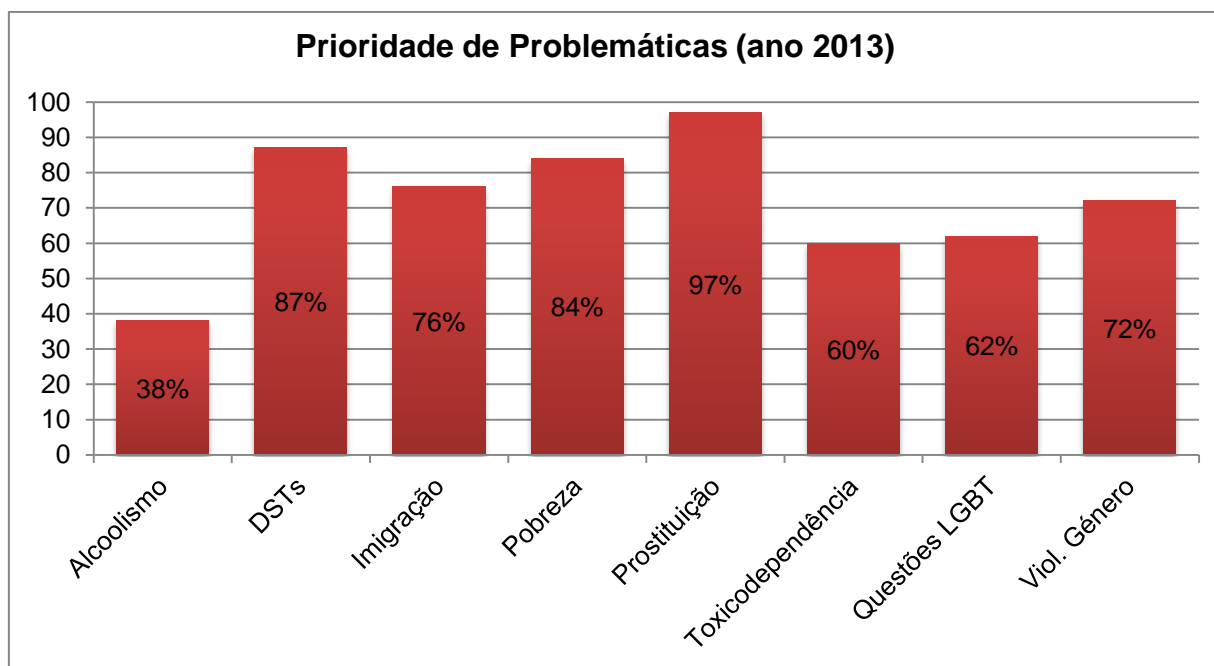


Gráfico 11

Os valores que marcam a intervenção vão desde a “promoção da saúde junto desta comunidade” (E4) até ao “respeito pelas pessoas” (E1), levando até elas “maiores níveis de empoderamento” (E3), procurando alargar o horizonte de alternativas profissionais e aumentar o autoconhecimento e percepção própria. A primeira parte (quer das entrevistas quer dos questionários) termina com a questão do enquadramento político-jurídico, resultado que já se referiu.

Em contexto de entrevista foi possível perceber que a maioria da população apoiada é de género feminino. A prostituição masculina e a de pessoas transexuais

e transgéneras é ainda muito minoritária, registando-se contudo um ligeiro aumento de transexuais/transgéneros a exercer prostituição e procurar apoio das organizações. Nota-se que esta população começa a procurar as organizações (e que a média já considera esta uma problemática muito relevante), mas que nem todas as organizações têm serviços capazes de responder a estas solicitações.

“Nós estamos mais direccionados para a prostituição feminina, e até porque não temos possibilidade económica para alargar os serviços à prostituição masculina ou à prostituição de transexuais. Podemos dar um apoio, mas um apoio pontual. Não posso dizer que trabalhamos com este grupo. Nós trabalhamos com mulheres.” (E1)

A maioria feminina não se traduz num entendimento generalizado de que a prática da prostituição, tipicamente expressa entre um cliente homem e uma prostituta ou trabalhadora sexual mulher, constitui uma forma de violência de género. Integram-se, nesta cisão, argumentos já abordados na revisão bibliográfica, que têm que ver com a escolha e as condições em que se a prática é exercida. Salientamos a resposta obtida numa entrevista:

“O que chega até mim de cada uma das pessoas é completamente distinto. Isto é, pessoas que estão há muito tempo na rua continuam a considerar que é profundamente violento, que é violentíssimo. Por razões que têm a ver com este desnivelamento de poderes que têm a ver com o género, que ainda se apresenta como uma questão de género. Mas há outras vozes que começam a afirmar que isto se poderá apresentar como um trabalho, e ao apresentar-se como um trabalho proposto por mulheres em que as mulheres têm o controlo sobre si próprias e sobre esta actividade poderá inverter as questões de género. Ou seja, poderá ser uma afirmação de género, de uma forma positiva.” (E3)

Se bem que a maioria das organizações se enquadra no posicionamento acima descrito, há ainda uma minoria que entende que a prostituição é “uma clara violação de género e uma forma de escravatura em relação

às mulheres” (E1). Posto isto, embora nenhuma das organizações expresse uma proximidade efetiva ao movimento feminista, tendo em conta a sua missão e valores inscritos nos respetivos estatutos, na sua generalidade, apresentam discursos alinhados com as duas principais correntes do pensamento feminista sobre a prostituição.

Tal como referimos na secção 3 do 2º capítulo, uma destas correntes corresponde ao enquadramento da prostituição como expressão de violência e exploração de género, com o qual se identificam as organizações que referem apostar na dignificação da mulher através de propostas de vida alternativas, nomeadamente pela formação e apoio ao emprego. O sustentáculo desta corrente encontra-se no pensamento feminista radical e no abolicionismo político-legal. Diferentemente, a outra corrente, considerando utópico a abolição da prática da prostituição, defende que se devem melhorar as condições do seu exercício, permitindo às mulheres determinarem livremente as suas escolhas dentro da vivência sexual da prostituição. O pensamento feminista liberal, os primeiros movimentos organizados de mulheres prostitutas e o enquadramento político-legal regulador suportam esta corrente.

Subscrita pela maioria das organizações estudadas, a corrente na esteira da qual a prostituição é entendida como trabalho define as mulheres prostitutas como «trabalhadoras sexuais» que atuam em terreno anti hegemónico e, por conseguinte, que desafia as relações de poder patriarcais. De realçar a este propósito a campanha “Trabalho Sexual é Trabalho”, da responsabilidade da Rede Sobre Trabalho Sexual em parceria com o GAT, cujos materiais (in)formativos, dirigidos não apenas à sociedade civil, mas também ao público-alvo das organizações, alertam para a importância de regular o trabalho sexual.

Quanto à identificação explícita com um modelo político-jurídico, todas as organizações entrevistadas encaram sem surpresa a maioria reguladora – e revêem-na expressa no panorama de debate mediático nacional. Esta situação é contudo encarada, pela minoria, com alguma reserva, posto que o país atravessa uma “crise severa” que “pode influenciar o poder político no sentido de taxar esta violência para entrar dinheiro para os cofres do Estado” (E1). Procurando perceber melhor como é que a questão da regulação é percebida junto da população-alvo com quem as organizações intervêm, da mesma forma que se procurou fazer quanto à violência de género, foram obtidas declarações interessantes que trazem um novo enfoque à discussão.

“Há algumas instituições, e estão profundamente identificadas, que vão apontando neste sentido, na necessidade de alguma regulamentação, de alguma regulação. (...) Isto é muito mais da cabeça dos técnicos, isto é muito mais de alguns técnicos de algumas instituições, muito mais do que os próprios a dizerem isto sobre a própria actividade. Se for comigo à rua e fizer trabalho de campo entre o que é verbalizado: «ah, sim deve ser entendido como um trabalho». Mas a partir dali, como é que podia ser entendido como um trabalho e como é que isto poder ser feito, e se elas se entenderiam depois como trabalhadoras sexuais de uma forma regulada, ao abrigo de uma lei, já não têm a certeza disto. É algo muito verbalizado «sim, eu faço o meu trabalho e isto é um trabalho», outra coisa é «quero que seja entendido como um trabalho com as vantagens e também as contrapartidas e as obrigações». São coisas diferentes”. (E3)

Pelo acima citado, e igualmente por sugestões da mesma natureza noutras entrevistas parece seguro afirmar que não foi feita, ainda, uma reflexão profunda dentro de todas as organizações, e estando estas voltadas para os seus utentes, sobre de que forma estes se percebem quanto ao exercício da prostituição. Em alguns casos, porém, podemos considerar que esta reflexão existiu em algum momento e se apresenta pela alternativa de vida proposta através da dignificação

pelo trabalho (que poucas organizações apresentam) com recurso a plataformas de integração no mercado dito “normal” de trabalho ou oficinas de profissão.

Quanto à influência que a identificação da organização com um modelo pode ter na estratégia de comunicação da mesma chega-se à conclusão que existe de facto uma ligação, fundamentada na vontade de participar no debate público. “Ou seja, por quererem participar neste movimento de mudança acabam por querer mostrar-se. Não têm qualquer receio em ficar na vanguarda.” (E2).

2.2. Estratégias de Comunicação

Procurando conhecer melhor a estratégia de comunicação das organizações começou-se por querer saber quais as ferramentas que dispunham ou utilizam mais frequentemente para promover actividades ou tomadas públicas de posição.

Através de que meios e com que regularidade a sua organização divulga e promove as suas actividades e/ou tomadas públicas de posição?						
	Não utiliza	1 a 2 v/ano	3 a 5 v/ano	6 a 8 v/ano	9 a 11 v/ano	12 v/ano ou mais
Newsletter ou folha informativa (pública)	53%	0%	23%	18%	0%	6%
Revista ou jornal da organização (público)	64%	12%	18%	0%	0%	6%
Desdobráveis, cartazes ou folhetos	0%	12%	23%	6%	0%	59%
Contacto com meios de comunicação	0%	41%	23%	6%	12%	18%
Congressos ou conferências (como entidade organizadora)	18%	47%	29%	0%	0%	6%
Act. de cariz cultural, artístico ou desportivo	41%	29%	24%	0%	0%	6%
Manutenção de site/blog na	12%	12%	12%	0%	12%	52%

internet						
Página de FB	6%	0%	12%	0%	6%	76%

Tabela 8

Pelo acima exposto se percebe que os resultados mais expressivos têm que ver com a utilização mensal (ou mais que mensal) da rede social Facebook para a maioria das organizações, ao que se segue a não utilização de revistas ou jornais da organização. As organizações que comentaram este resultado na entrevista referem que não utilizam algumas ferramentas ou actividades por falta de tempo e recursos.

“Só consigo explicar de acordo com a nossa experiência. E a nossa experiência é de que não temos recursos humanos apenas afectos a isso e as pessoas que poderiam fazê-lo não têm tempo porque se dedicam a outras actividades. Daí que há uma lacuna de fazer chegar a informação à população-alvo e à comunidade em geral sobre actividades que nos propoos fazer e de mensagens preventivas. Simplesmente não temos recursos para o fazer.” (E4)

Inclusive no que diz respeito aos desdobráveis ou folhetos, que encontramos na tabela 8 como um dos meios mais utilizado, importa esclarecer que esta utilização tem que ver com projectos específicos e financiados, momentos de maior dinamismo ou com a verba específica atribuída a alguns projectos no seio das organizações. Isso mesmo ficou claro nas entrevistas, como se cita:

“As organizações vivem com apoios, com rubricas bem definidas. Posso dizer-lhe que iniciámos recentemente um projecto financiado pela Direção Geral de Saúde, vocacionado para o trabalho sexual, (...) e foi cortada a rubrica da divulgação. Ou seja, os folhetos e os flyers foram cortados. O que vai exigir, financeiramente, muito de nós. (...) Falham-nos os apoios porque, apesar de tudo, fazemos esforços” (E2).

“No ano de 2013 utilizámos [flyers] porque no projecto, que é subsidiado pelo Fundo Social Europeu, era exigido que tivéssemos esse tipo de material para sensibilizar a população. Nós não utilizamos muito os flyers, até porque ficam caros. Tivemos a oportunidade, no ano de 2013, de os utilizar na medida em que fizemos seminários, fomos a muitas escolas e na medida em que foram subsidiados”. (E1)

A manutenção de sites, blogs e da página do facebook surgem como os meios utilizados com mais frequência. A este respeito as organizações concordam que o facebook tem a “grande vantagem” (E4) de tornar possível publicar mensagens curtas “com muito pouca perda de tempo” (E4). Destaca-se ainda que “é muito mais fácil a actualização do que uma página da internet” (E2) e que permite comunicar mais rapidamente com a camada jovem da sociedade. Todas as organizações concordam que a página do facebook é “um meio adequado, mas não deveria ser o único” (E1).

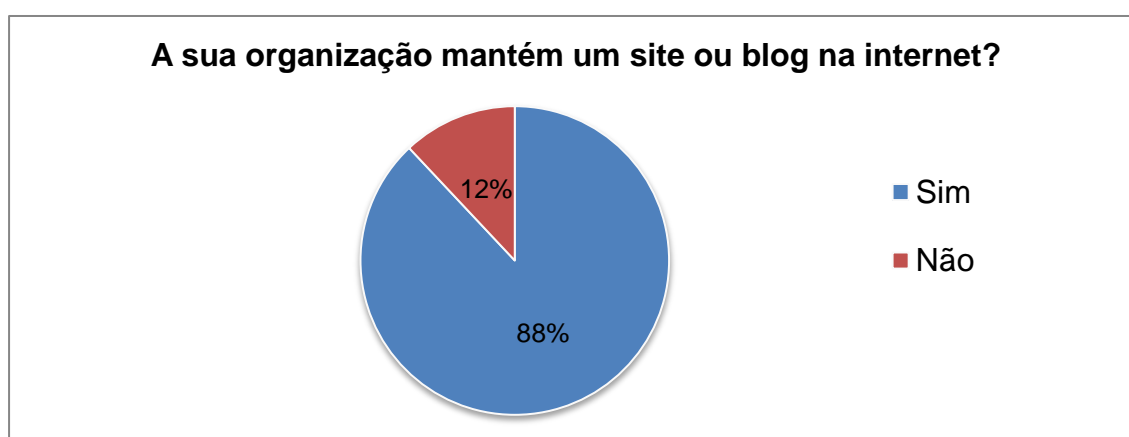


Gráfico 12

Da relação com o público nas redes sociais as organizações recebem um feedback positivo, que “vem por escrito, nos gostos, que são muitos, (...) existe muito reconhecimento do nosso trabalho através dos comentários que surgem” (E2), e salienta-se a possibilidade de poder comunicar com o público sem intermediários, levando até ele um “conhecimento diferenciado daquilo que imaginam” (E3).

A grande maioria tem um site ou blog na internet, no qual disponibilizam “informação sobre a instituição, os serviços, os contactos, as actividades, notícias e eventos” (Inquérito).

Aproximando o enfoque nas organizações que têm um site ou blog, importa perceber como é feita a gestão e análise da relação com o público. Os seguintes gráficos ilustram essas conclusões:



Gráfico 13

Com que periodicidade actualiza os seguintes:						
	Não aplicável	Todos os dias	Todas as semanas	De 15 em 15 dias	Todos os meses	Menos que mensal/
Site	13%	0%	20%	0%	20%	47%
Blog	50%	0%	0%	10%	30%	10%

Tabela 9

Como caracteriza a interactividade com o público em geral nos seguintes:						
	Inexistente	Muito baixa	Baixa	Razoável	Boa	Muito Boa
Site	21%	0%	21%	14%	36%	8%
Blog	0%	20%	40%	20%	20%	0%

Tabela 10

A análise do tempo de permanência nos sites ou blogs é levada a cabo pelos mesmos responsáveis pela recolha e análise das peças jornalísticas, da mesma forma que a gestão das linhas orientadoras do que é (ou não) publicável na internet

é feita, segundo se apurou nas entrevistas, pela direcção ou coordenação dos projectos, ressalvando-se os casos em que “com o exercício dos projectos tivemos que permitir autonomia [aos técnicos] para efectuarem comunicação dentro de alguns limites. Mas em última instância será sempre responsabilidade da direcção” (E4). É ainda possível concluir que mais organizações mantêm um site institucional do que um blog – sendo que a página do facebook é um meio utilizado por quase todas as organizações.

Antes de partirmos para a relação com os meios de comunicação informativos, importou perceber com que outras instituições da sociedade civil se relacionam, por iniciativa própria, as organizações. Considera-se este um dado relevante por poder traduzir a procura de criação de *lobbies* políticos ou de ligações com outras organizações do mesmo sector nos sentido da agregação de recursos e projectos.

No ano de 2013, com que frequência a sua organização promoveu contactos com os seguintes:						
	Nunca	1 a 2 v/ano	3 a 5 v/ano	6 a 8 v/ano	9 a 11 v/ano	12 v/ano ou mais
Poder político (representantes nacionais)	24%	24%	17%	6%	0%	29%
Poder político (representantes locais)	0%	29%	17%	24%	6%	24%
Outras org. da mesma área	0%	0%	12%	35%	6%	47%
Público em geral	0%	17%	24%	6%	0%	53%

Tabela 11

Pelo acima exposto se conclui que a maioria do contacto promovido pelas organizações é dirigido ao público em geral. Incluem-se aqui as campanhas informativas, de sensibilização e de angariação de fundos. Em segundo lugar procuram outras organizações da mesma área, uma tendência na qual há que incluir

os interesses de (auto)promoção e de tentativa de levar o debate a comissões partidárias, por forma a influir no enquadramento legal da prostituição. O contacto directo e a título individual com representantes do poder político é feito mais regularmente junto de entidades locais que nacionais – junto das quais, como se confirma na questão da organização em rede ou segundo modelo de enquadramento, se chega preferencialmente em grupo.

2.3. Relação com os Meios de Comunicação

Com o propósito de conhecer melhor a relação entre as organizações e os meios de comunicação informativos havia, em primeiro lugar, a necessidade de apurar para que tipo de órgãos de comunicação, com que regularidade e com que intenção se processavam os contactos das organizações – e vice-versa. As conclusões que se puderam retirar quanto a esta primeira questão revelam um padrão muito marcado. Raras vezes as organizações tomam a iniciativa no contacto com programas ou estações de televisão, rádios (locais e nacionais) e revistas. A tendência não se aplica exactamente com a mesma expressividade (cerca de metade) no caso da imprensa escrita, local e nacional. Nestes dois meios nota-se os resultados próximos ao máximo chegam às colunas “poucas vezes” e “algumas vezes”, alastrando mais à direita a mancha de cor. Se bem que os resultados da maioria se mantêm alinhados com a tendência anterior, no caso dos jornais nota-se uma concentração do segundo valor mais elevado nas colunas de maior frequência.

Com que frequência a sua organização toma a iniciativa no contacto com os seguintes media:						
X	Nunca	Raras vezes	Poucas vezes	Algumas vezes	Com frequência	Com muita freq.

Jornais Locais	6%	29%	29%	24%	6%	6%
Jornas Nacionais	11%	29%	24%	24%	6%	6%
Programas ou estações de televisão	12%	47%	17%	12%	6%	6%
Rádios Locais	12%	41%	24%	17%	0%	6%
Rádios Nacionais	24%	47%	17%	6%	0%	6%
Revistas	24%	47%	17%	6%	0%	6%

Tabela 12

Comparando o contacto efectuado com o recebido, segundo se ilustra nas tabelas 13 e 14, podemos perceber que as organizações reconhecem menos contactos recebidos do que os que efectuam, na generalidade.

Tendo em conta o ano de 2013, com que regularidade foi a sua organização contactada pelos seguintes media:						
	Nunca	Raras vezes	Poucas vezes	Algumas vezes	Com frequência	Com muita freq.
Jornais Locais	18%	18%	23%	29%	6%	6%
Jornas Nacionais	18%	6%	29%	23%	18%	6%
Programas ou estações de televisão	23%	12%	29%	12%	18%	6%
Rádios Locais	41%	24%	0%	29%	0%	6%
Rádios Nacionais	47%	12%	12%	17%	6%	6%
Revistas	35%	29%	6%	18%	6%	6%

Tabela 13

Novamente se verifica maior regularidade no contacto dos jornais, quando comparados com os restantes media, e mais contactos recebidos que efectuados, ao comparar ambas as tabelas. Estes mesmos dados foram confirmados pelos representantes das organizações bem como pelos jornalistas entrevistados. A excepção dos jornais está fundamentada no que as organizações descrevem como

uma maior facilidade na recolha de depoimentos, na inclusão de temas menos mediáticos de na proximidade (destaca-se o papel dos jornais regionais e das delegações ou espaços locais de jornais nacionais).

“Basta haver uma coisa qualquer e contactam-nos para saber a opinião. Eu penso que aí é mais fácil para eles na medida em que não precisam de imagem. Por isso é mais fácil para a imprensa contactar as organizações porque no fundo é uma entrevista por telefone como estamos a fazer.” (E1)

“Creio que os jornais têm mais espaço, ou seja, a rádio e a televisão são mais limitados no conteúdo. (...) E há outra questão que é a regionalização, há muito mais jornais regionais, e os nacionais têm um espaço para zonas de região. Temos contacto com o Correio da Manhã, é muito fácil para nós porque está regionalizado.” (E2)

A baixa regularidade recíproca de contactos com os demais *media* é justificada com o “desinteresse das pessoas pela realidade social” (E1) e com uma quase “incapacidade [das organizações] de lidar com os órgãos de comunicação social, de forma a poder dizer aquilo que fazem.” (E4). Novamente se entrelaçam, neste ponto, questões de recursos (humanos e de financiamento) às quais se juntam as considerações sobre a agenda os media e a atenção esporádica que dedica ao tema. Aliado a tudo isto, começa a perpassar a ideia, mais à frente confirmada, de algum receio e desconfiança nesta relação com os media (particularmente em questões que envolvam imagem ou testemunho em primeira pessoa). “Se a maioria [das organizações] não procura [os media] será porque não tem disponibilidade, porque não tem estratégia, sem dúvida, e se calhar por já ter desistido da comunicação social” (E3).

Da parte dos jornalistas confirma-se que o contacto efectuado pelas organizações “ainda é raro” (EJ2) e acontece com “o intuito de divulgar algum projecto” (EJ2). Para “dar a conhecer outras realidades aos leitores” (EJ4), que não apenas a promoção de actividades ou projectos, a iniciativa parte dos jornalistas:

“sempre que tratei a temática fui em quem estabeleceu contacto” (EJ1). Procurou-se ainda apurar quais as organizações que os jornalistas contactados conheciam profissionalmente, com as conclusões que se ilustram no gráfico 13.

As barras coloridas na margem direita distinguem as zonas a que pertencem as organizações, e permitem perceber, por exemplo, que todas as organizações da zona Grande Lisboa são conhecidas por, pelo menos, um dos jornalistas, por oposto às zonas mais a sul (Alentejo e Algarve), nas quais nenhuma organização é conhecida para os jornalistas. Zona Norte e Centro ocupam, respectivamente, o segundo e terceiro lugar.

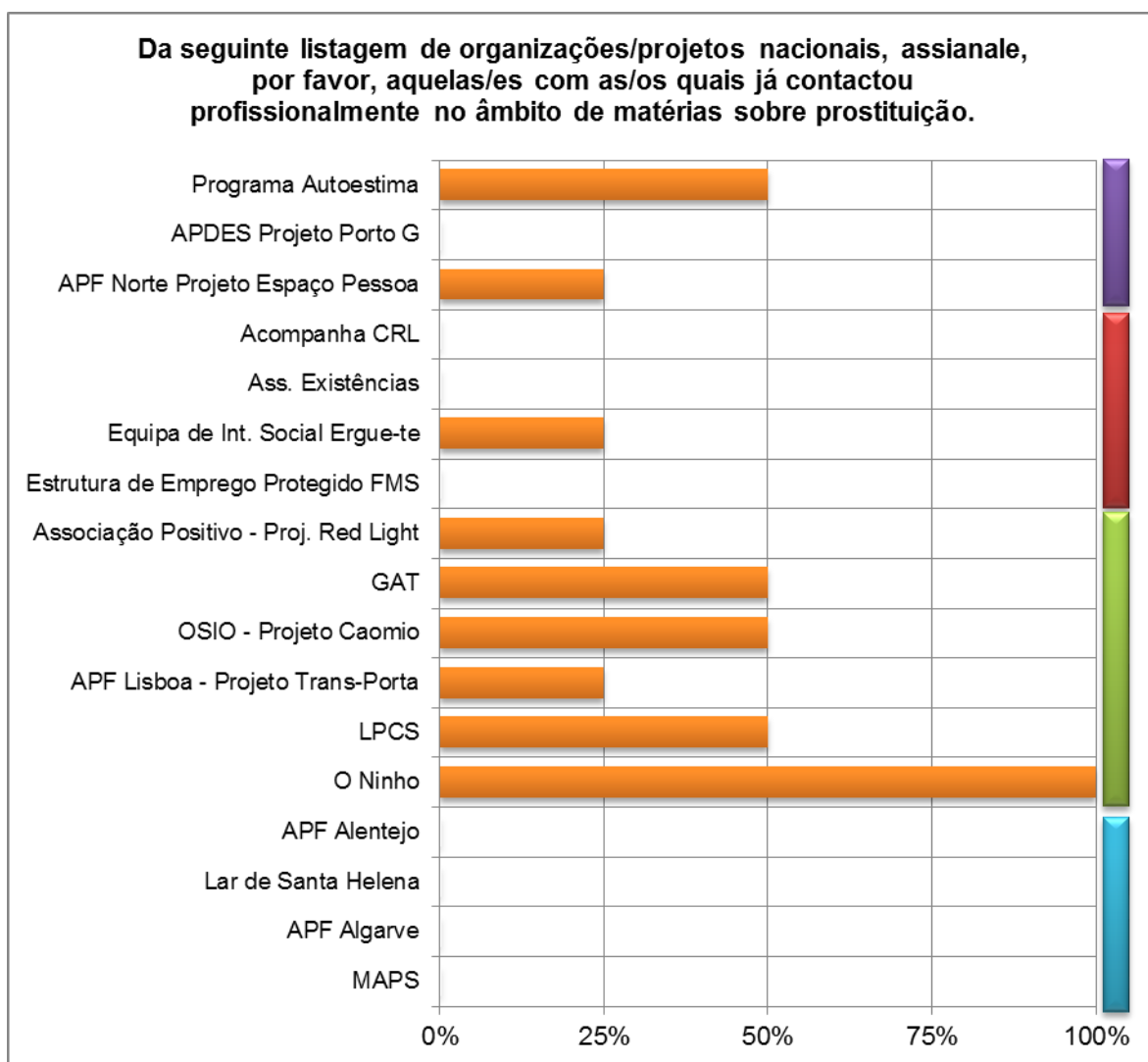


Ilustração 3

Além da frequência e intencionalidade do contacto é também importante perceber de que forma o mesmo se efectua, e qual o conhecimento que as organizações, a maioria sem técnicos ou gabinetes de comunicação, têm sobre rotinas e práticas jornalísticas. Pela análise dos inquéritos se pôde perceber, segundo se ilustra na tabela 15, que o método usado mais vezes é o envio de uma notificação ou convite. De forma mais esporádica, regista-se o uso do comunicado de imprensa. O recurso a assessoria mediática (externa) e a construção do press-kit, para a maioria das organizações, nunca foi considerado.

Que métodos utiliza no contacto com os anteriores meios de comunicação?						
	Nunca	Raras vezes	Poucas vezes	Algumas vezes	Com frequência	Com muita freq.
Assessoria Mediática	58%	12%	6%	6%	12%	6%
Conferência de Imprensa	41%	41%	12%	6%	0%	0%
Comunicado de Imprensa	24%	29%	11%	24%	6%	6%
Contactos de referência nos org. com.	12%	35%	0%	23%	18%	12%
Press-Kit	47%	29%	6%	6%	12%	0%
Envio de notificação ou convite	18%	12%	0%	41%	6%	23%

Tabela 14

A notificação enviada aos órgãos de comunicação social “por norma, se não é igual é muito parecida” à que as organizações enviam aos parceiros e ao público em geral. Não há, pela maioria, nenhum cuidado adicional no envio das notificações aos jornalistas, excepcionando, em alguns casos, o horário de fecho das redacções dos jornais regionais (quando o mesmo é conhecido).

“Acho que existe, como é óbvio, muita falta de conhecimento de expertise de como fazer chegar press-releases ou notícias aos órgãos de comunicação social, são áreas e domínios em que temos muita dificuldade. Se nós tivéssemos essa capacidade, de transformar um acontecimento enorme num

press-release curto e sucinto, se calhar as coisas seriam muito mais fáceis.”
(E4)

Cuidados adicionais no envio de informações prendem-se apenas com contactos de referência. As organizações reconhecem, contudo, que não têm “contactos significativos em termos de quantidade” (E1) e que, se não tiverem um contacto privilegiado, acabam por enviar a informação para “a agenda do jornal ou para a agenda do órgão. Eles agendam, pelo menos foi essa a orientação que nos deram” (E1). Os jornalistas constatam igualmente que as organizações “ainda estão um pouco mal informadas sobre as rotinas dos jornalistas” (EJ3) e que firmam o relacionamento numa “enorme dose de desconfiança” (EJ1), fidelizando-se a jornalistas mais do que a órgãos de comunicação.

Quanto à reciprocidade nos motivos dos contactos organizações-media e vice-versa não foi possível encontrar uma resposta contundente. Como se pode ver no gráfico 14, não é possível destacar valores de entre a totalidade das respostas das organizações.

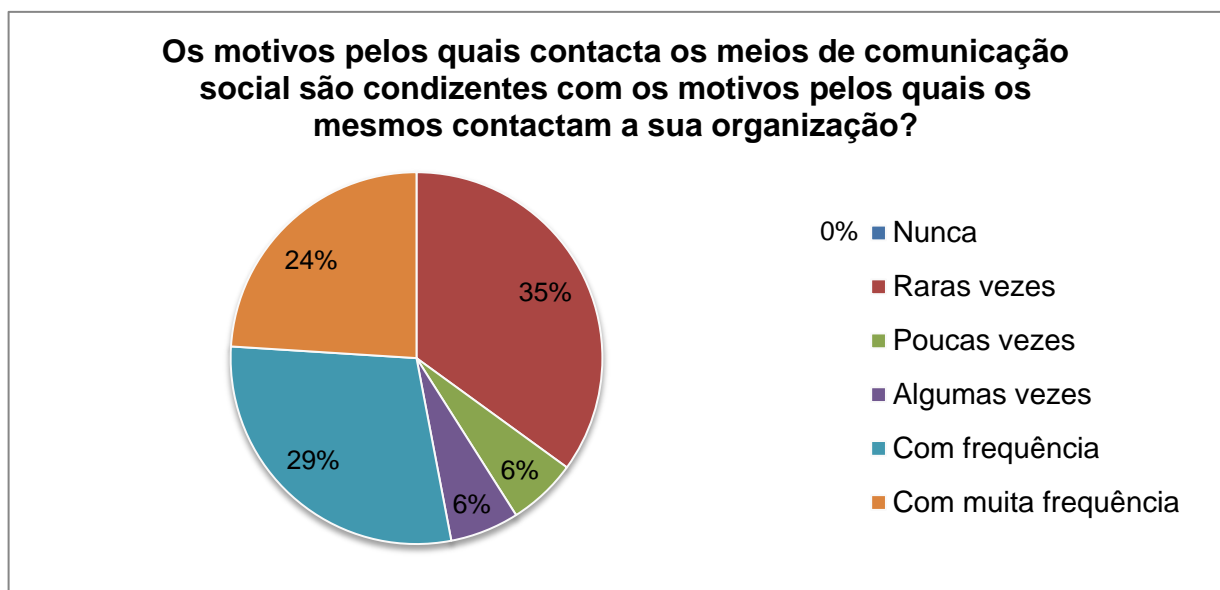


Gráfico 14

Os extremos (o valor máximo corresponde a “raras vezes” e os seguintes mais próximos a “com frequência” e “com muita frequência”) impedem uma abordagem geral ou uma análise pela média de organizações. Atendeu-se às particularidades de cada organização para compreender os resultados que figuram no gráfico.

“Os motivos pelos quais nos contactam são motivos, no fundo, jornalísticos, vou dar-lhe um exemplo: quando foi a questão do cliente na comunidade europeia, ser discutida sim ou não a criminalização do cliente, naturalmente que telefonaram de vários jornais para darmos a nossa opinião sobre isso. (...) Portando depende das notícias que vão saindo, e contactam-nos e, penso eu, com outras organizações para dizerem aquilo que acham dessa situação concreta” (E1)

O tema da pontualidade dos contactos, associados a um evento exterior às organizações, foi mencionado por todas as organizações entrevistadas. Esta pontualidade surge, muitas vezes, associado à “notícia sensação” (E3) de relato de violência exercida contra as mulheres que se prostituem. “Foi morta, foi espancada, foi violentada, tudo isto que tem a ver com a violência, isto vende”. (E3). As organizações demonstram interesse em “actuar de uma forma mais vasta, ligar vários pontos” (E4) por oposição ao tratamento ocasional e descontextualizado de cenários de crime ou violência. Quando não se trata de violência, a informação pedida às organizações tem que ver com números e tendências: “Quantas pessoas foram abrangidas? Aumentou? Diminuiu? É sobretudo isto”(E2). Há, contudo, um reconhecimento bastante pertinente e que resume a voz das organizações que tentam, sem sucesso, incluir a prostituição e fazer-se ouvir no debate mediático: “nós reagimos mais do que agimos” (E4).

O último dado relevante na análise destas respostas confirma que as organizações que encontram mais correspondência nos motivos pelos quais

contactam e são contactadas são, salvo raras excepções, as mesmas que contactam e recebem contactos com mais frequência (tabelas 13 e 14), dispondo do apoio de gabinetes de comunicação (na sede nacional, não exclusivos a projectos ou delegações quando estes existem) e utilizam métodos mais técnicos e adaptados ao contacto rápido e eficaz com órgãos de comunicação social.



Gráfico 15

Sem margem para dúvidas é o nível de insatisfação das organizações face à forma como assuntos relacionados com a prostituição são tratados pela comunicação social portuguesa. Aproximadamente metade das organizações escolheu o nível “baixo”, e as restantes escolhas distribuíram-se ligeiramente acima (razoável) e abaixo (muito baixo). Este resultado, que as organizações não consideram ser surpreendente, assenta no que as organizações consideram ser a perspectiva pouco fundada dos jornalistas que cobrem estas matérias, na frustração de expectativas, na não correspondência de enfoques, e na apropriação (deturpada) de declarações. Este último caso foi ilustrado, numa das entrevistas, com um exemplo:

“Às vezes o título, sobretudo na imprensa não tem nada a ver com aquilo que a gente disse. Vão buscar uma coisa, enfim, que chama a atenção. E posso dar-lhe este exemplo. Eu uma vez dei uma entrevista, já não me lembro para que jornal, e dizia que nós tínhamos conhecimento de que mulheres que faziam o teste do HIV eram obrigadas pelo proxeneta. E se o resultado era negativo eram vendidas por um preço bem mais alto. Portanto, este teste que faziam do HIV era no fundo para tornar rentável o facto de a mulher, desculpe a expressão, “estar limpa”, não ter HIV. Isto depois aparece no título: “[Nome] é contra os testes do HIV”. Percebe? Naturalmente que ninguém é contra os testes! E se me perguntar se eu estou satisfeita com isto, claro que não!” (E1)

Situações como a relatada contribuem para aumentar o sentimento de desconfiança e o receio em colaborar com os jornalistas. Noutra entrevista foi salientado precisamente esse sentimento, posto que o que é dito “compromete as organizações e as pessoas que falaram”(E2). Mais razões que ajudam a compreender esta insatisfação prendem-se, tal como se aludiu anteriormente, à frustração de expectativas e aos diferentes enfoques de organizações e jornalistas. Estes pontos estão relacionados, pelo que se apurou nas entrevistas, com a informação prévia e o trabalho do jornalista e as exigências de cada órgão de comunicação. Os jornalistas apontam para “objectivos diferentes” (EJ2) e para o “pouco diálogo que ainda existe entre as duas partes” (EJ3), reconhecendo que há ainda “pouco interesse em produzir contexto sobre o tema” (EJ1). As organizações, por sua vez, reconhecem que “Há bons e maus jornalistas a fazer notícias sobre prostituição, há bons e maus jornalistas a fazer notícias sobre automóveis. Como técnicos, há bons e maus a intervirem” (E3).

Esta insatisfação revela-se particularmente nociva quando sucede após a organização ter sido contactada e ter colaborado com os *media*. A questão divide as organizações, mas entre as descontentes (3/4) há registo de atitudes que põe em causa a sustentabilidade de relação de algumas organizações com os jornalistas.

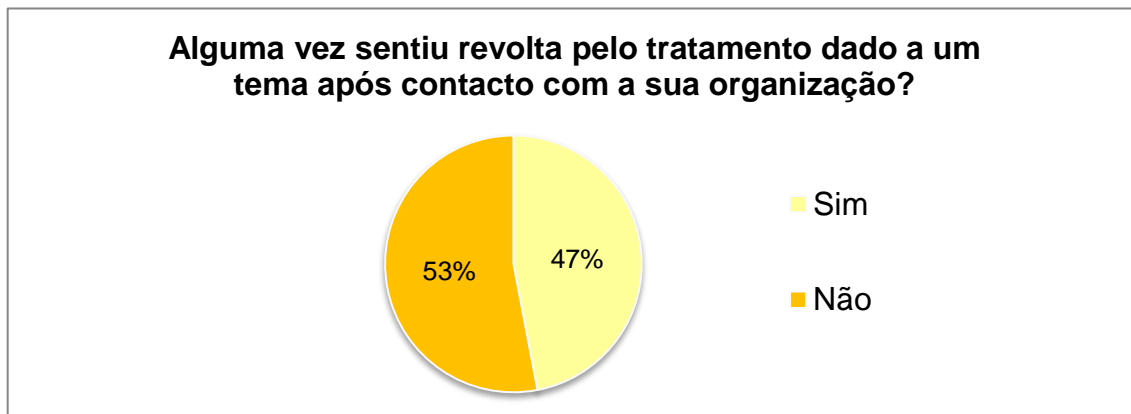


Gráfico 16

As medidas tomadas vão desde o contacto com entidade ou com o jornalista para clarificar a informação até ao pedido de “esclarecimentos, via correio, com apoio de jurista” (Inquérito). Outras organizações admitiram ter publicado desmentidos ou explicações nos seus sites ou redes sociais, enquanto outras ainda assumem que evitaram novos contactos ou passaram a fazê-los com mais cuidados.

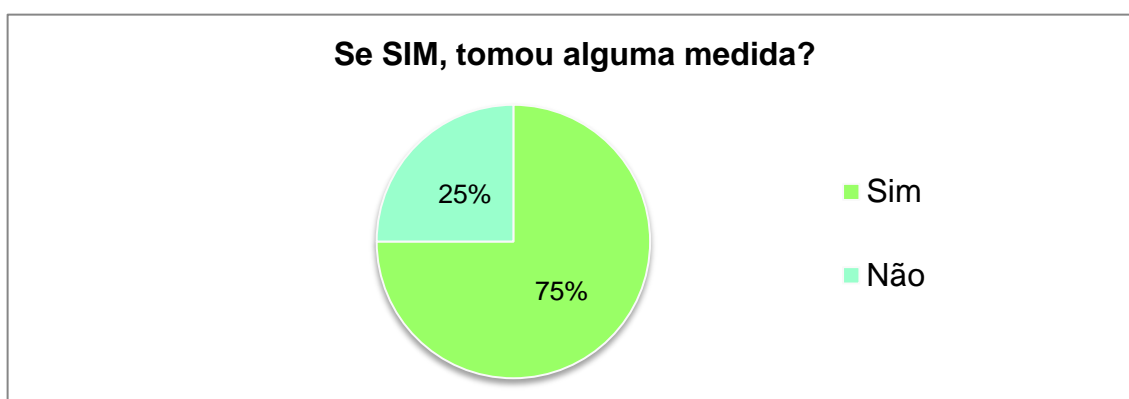


Gráfico 17

Neste contexto, procurou-se ainda saber se há alguma distinção na utilização dos termos “trabalhadora sexual” e “prostituta”, e existindo, de que forma é entendida. Para alguns jornalistas esta é uma questão meramente semântica, e a “primeira [expressão] não omite o preconceito associado à segunda” (EJ2). Outros porém, ponderam que seja uma “questão complicada” (EJ3) que está associada com

a “existência de deveres e direitos” (EJ4). As organizações que se identificam com o trabalho sexual afirmam que os técnicos não ficam “melindrados por ser dito prostituição” (E2) mas concordam que “trabalho sexual” é uma definição na qual “as pessoas se acomodam de uma forma mais tranquila” (E3). Mais do que a palavra, parece que “a forma como é dita e como se encaixa em determinado contexto”(E3) é que causa diferenciação e pode criar discordância. Para as organizações que não se identificam com o modelo de trabalho sexual esse termo é desajustado, sendo a sua utilização recusada.

Prosseguindo na análise, é essencial enunciar que apenas uma minoria bastante reduzida não considera que os media informativos são importantes (ou muito importantes) na produção de opinião pública.

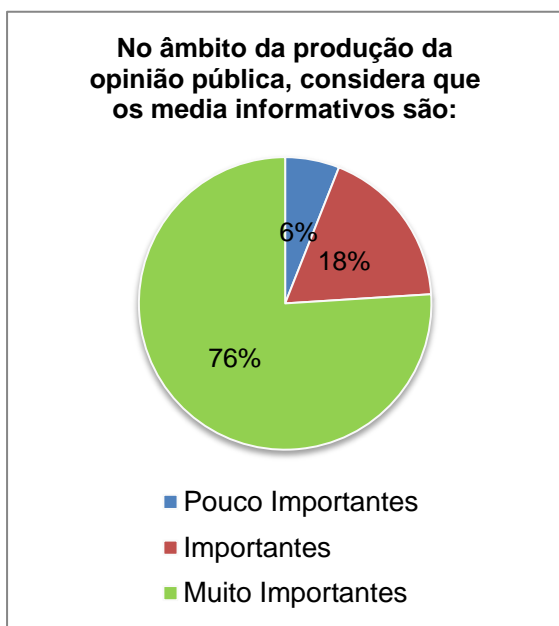


Gráfico 18

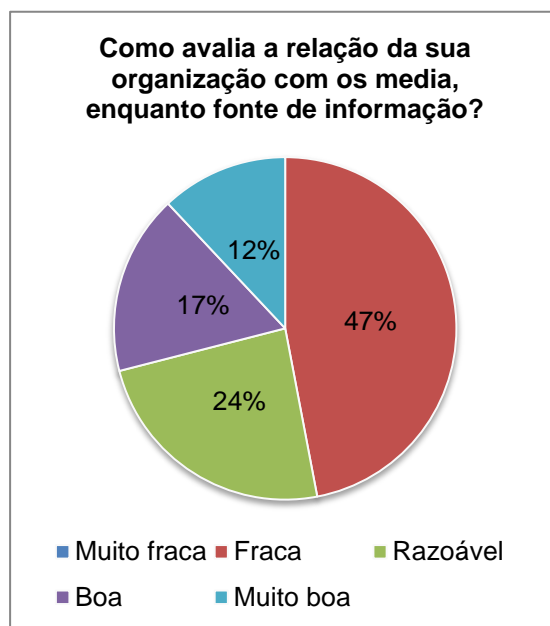


Gráfico 19

Posto que a maioria das organizações reconhece a importância dos *media* informativos, foi necessário esclarecer o(s) motivo(s) que justificam que quase metade delas se considere uma fraca fonte de informação – e que consequências advém dessa condição. As repostas obtidas reflectem bem a dispersão que o gráfico

(19) ilustra. Há organizações que afirmam ter informação mais do que suficiente para se constituírem enquanto fontes boas ou muito boas, mas que não conseguem canalizá-la para os *media*, em parte porque estes não estão recetivos. Por outro lado retomam temas já explicados anteriormente, de falta de capacidade comunicativa e assertividade na comunicação. Assumem que:

“Não foram criadas para isso, não perspectivam a sua intervenção e a sua realidade nesse sentido, daí que se crie um entrave e uma separação enorme entre as instituições, a sua sabedoria e a sua actividade, e o resto da comunidade, nomeadamente os jornalistas. Aquilo que se tem de trabalhar mais é a capacidade de transmitir conhecimentos, mas a realidade é muito difícil. A maioria das organizações está a pensar em sobreviver e manter a sua actividade.” (E4)

Ainda procurando compreender o baixo nível de satisfação mencionado anteriormente, importou aprofundar a percepção que as organizações têm do trabalho dos jornalistas e que forma estão dispostas e preparadas para colaborar. Começando por este ponto, da colaboração e cedência de dados, retoma-se também que, conforme foi dito anteriormente, há enfoques e intenções diferentes nesta relação, de parte a parte. Se as organizações procuram promover as suas actividades, os jornalistas procuram dados rápidos, nomeadamente estatísticos, enquadrados num determinado acontecimento - pouco contextualizado ou totalmente externo à missão/ação das organizações.

Das organizações entrevistadas, constata-se que todas têm algum tipo de princípio de confidencialidade ou privacidade de dados dos utentes. Mas é na forma de gerir esses princípios que encontramos diferenças. A maioria das organizações está disposta, mesmo que com algumas reservas, a facilitar o contacto directo do jornalista com os utentes, mediante certas limitações claramente apresentadas. Estas são, sobretudo, a apresentação com nome fictício, alteração de voz e/ou

imagem nos casos de gravação, e a autorização prévia do utente em causa. A minoria das organizações entrevistada barra essa ponte de contacto e limita a comunicação aos técnicos. Reconhece-se, contudo, que este barramento “não é bem acolhido” (E1) pelos jornalistas. A protecção da identidade e da história de vida dos utentes é compreendida pelos jornalistas, segundo se apurou, ressaltando os mesmo, todavia, que “não ajuda a que os estereótipos e os preconceitos se diluam” (EJ1).

A título individual (por exemplo nas páginas geridas pelas organizações), porém, é raro que as organizações divulguem alguma informação que possa identificar os utentes ou até mesmo os espaços onde realizam intervenção. Nos casos em que estas publicações são feitas reduzem-se a “algo muito genérico e muito sucinto que não permita a identificação seja do que for, indivíduos ou espaços” (E4).

No entender dos jornalistas entrevistados, as organizações mostram-se ainda muito fechadas e “não permitem o contacto direto com quem vive da prostituição” (EJ3). Quando as solicitações são mais curtas, geralmente respondem positivamente “embora nem sempre em tempo útil, o que se percebe” (EJ2). Contudo, é nos entraves que são apresentados que se revela a “barreira da desconfiança” (EJ1) que as organizações mantêm erguida.

“Mesmo quando esta parece quebrada, ficam sempre resíduos. Os jornalistas não são todos iguais, mas a resistência das instituições com quem tenho trabalhado é muito grande. Quando colocamos, nas histórias televisivas, mulheres ou homens de cara tapada estamos a contribuir para aumentar o preconceito social associado à actividade. Alguém tem que quebrar o ciclo. Numa grande reportagem que fiz há uns anos creio que, em parte, a desconfiança foi quebrada; alguns rostos da história ganharam a visibilidade e identidade devidas. Não tenho dúvidas de que o balanço foi positivo.” (EJ1)

A percepção que as organizações têm do trabalho dos jornalistas e da construção mediática de histórias relativas à prostituição foi feita em dois momentos. Primeiramente aferiu-se a concordância ou discordância perante uma curta listagem de afirmações que, entre outros assuntos, se referia à cobertura mediática. Constatou-se que:

Afirmação proposta	Percentagem de concordância
A prostituição é um tema esporádico na comunicação social.	59%
A generalidade dos profissionais dos <i>media</i> não está preparada para abordar temáticas relativas à prostituição.	76%
Nos <i>media</i> , a prostituição é geralmente associada a crime ou desvio social.	53%
Nos <i>media</i> , a imagem da prostituta é assente em estereótipos e preconceitos.	94%

Tabela 15

A esmagadora maioria das organizações concorda com a última afirmação, mas pouco menos de metade afasta-se já associação a crime ou desvio social, contabilizando essa afirmação o menor número de concordância. A percentagem de 94% levantou, naturalmente, questões. As respostas são bastante diferentes – e forçaram novas questões. Começando pelos jornalistas, a quem foi pedido um comentário ao consenso que a afirmação reuniu, as justificações dividem-se entre os que julgam que “hoje em dia isso já não existe e tal afirmação não corresponde realmente ao que se passa” (EJ2), e os que aceitam a afirmação como sendo o reflexo do que as organizações entendem ser o entendimento da sociedade – de entre a qual emerge a comunidade jornalística.

Às organizações foi pedido que descrevessem os preconceitos e a imagem que constitui a afirmação, pondo em comparação com as características dos utentes que acompanham. Os resultados são os que se apresentam em seguida.

“Repare que quando vê uma mulher na comunicação social ela diz que se sente muito bem, que escolheu, que está porque quer, que ganha muito dinheiro. Dá uma imagem cor-de-rosa de si própria e uma imagem cor-de-rosa da sua situação. Quem trabalha no quotidiano e no direto sabe que essa imagem é inexistente. (...) Não tem nada a ver, nada a ver.” (E1)

“Passam a imagem de que a trabalhadora sexual, se está a fazer trabalho sexual, é porque precisa de comer, porque precisa de consumir, porque vem de uma família disfuncional, tem problemas comportamentais, está em tráfico humano, etc. E a maioria das vezes não é essa a realidade.” (E2)

A descrição da “mulher estereótipo” (E3) é totalmente oposta para algumas organizações e aplica-se à leitura das próprias o que comentam sobre os media: “só uma perspectiva da realidade” (E4). E implica ainda, para compreender o que se acaba de apresentar, perceber de que forma é feita esta leitura da realidade mediática.

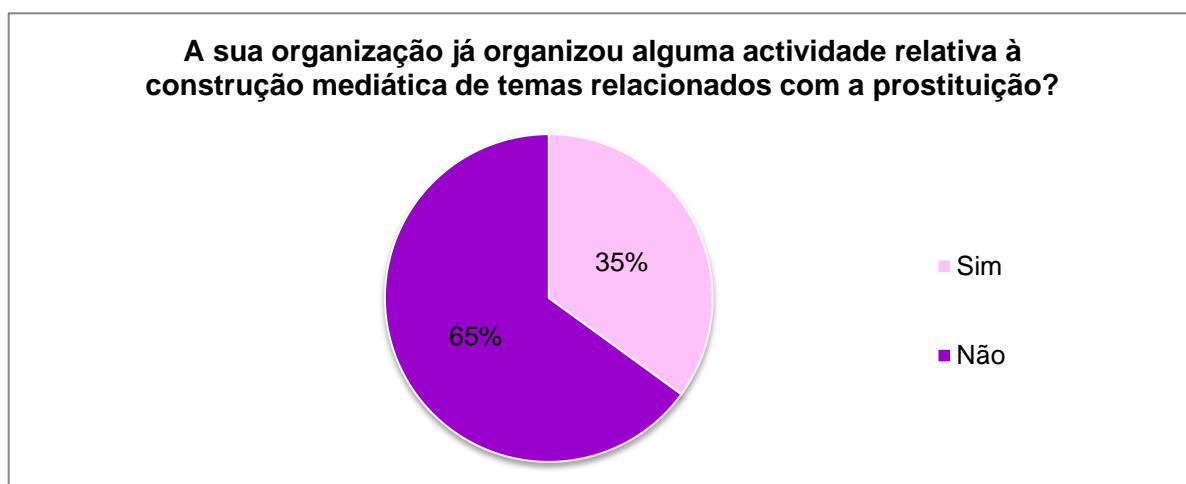


Gráfico 20

Acontece que mais de metade das organizações nunca realizou nenhuma actividade relativa à construção mediática de temas relacionados com a prostituição. E mesmo se atendermos à recolha e análise de peças jornalísticas percebemos, como se refere algumas páginas atrás, não há garantias que a mesma seja feita com rigor, estando à responsabilidade, na maioria dos casos, de qualquer membro da direcção ou técnico da organização e de qualquer tipo de leitura.

O último ponto desta análise tem que ver com o agendamento do debate sobre prostituição e com a inclusão das organizações nesse debate.

Afirmção proposta	Percentagem de concordância
A agenda política actual não está sensível à temática da prostituição.	65%
O sistema político-jurídico de enquadramento da prostituição em Portugal é o mais adequado.	12%

Tabela 16

Tendo em conta a opinião das organizações, o abolicionismo que actualmente vigora em Portugal não é o modelo mais adequado. Contudo, o panorama político nacional não está sensível a esta temática, segundo a opinião das organizações. Igualmente no que diz respeito à agenda dos meios de comunicação, e segundo se pode ler na tabela 16, este tema está arredado e é tratado apenas casuisticamente.

Junto dos jornalistas, quisemos apurar se este debate da prostituição enquanto trabalho sexual faz ou não parte da agenda mediática nacional. A maioria julga que não, pois a agenda “é dominada por temas políticos e económicos, principalmente desde o início da crise e a intervenção da troika” (EJ2). A resposta dada em sentido oposto frisa que “cada vez mais se ouve falar na prostituição como um possível profissão legalizada” (EJ3). As organizações reconhecem também que “a vida política do país está fixada em questões muito mais importantes e isto têm sido adiado” (E4).

Quanto à participação no debate, as organizações constataam que a conjugação de esforços e a constituição de plataformas de acção é um método bem-sucedido para alcançar mais visibilidade, e que essa mesma visibilidade lhes permite influir de forma mais activa na construção da opinião pública. Esta segunda constatação reuniu ligeiramente menos consenso que a anterior, pelo que se deduz

que o reconhecimento público (pelo menos a tentativa de o obter) não seja uma prioridade tão expressiva como a acção em rede.

Afirmação proposta	Percentagem de concordância
As organizações ganham visibilidade quando reunidas em plataformas.	88%
As organizações devem procurar reconhecimento público para poderem influir mais eficazmente na criação da opinião pública.	76%

Tabela 17

O interesse das organizações em participar neste debate não obteve, como outras respostas anteriores, unanimidade.

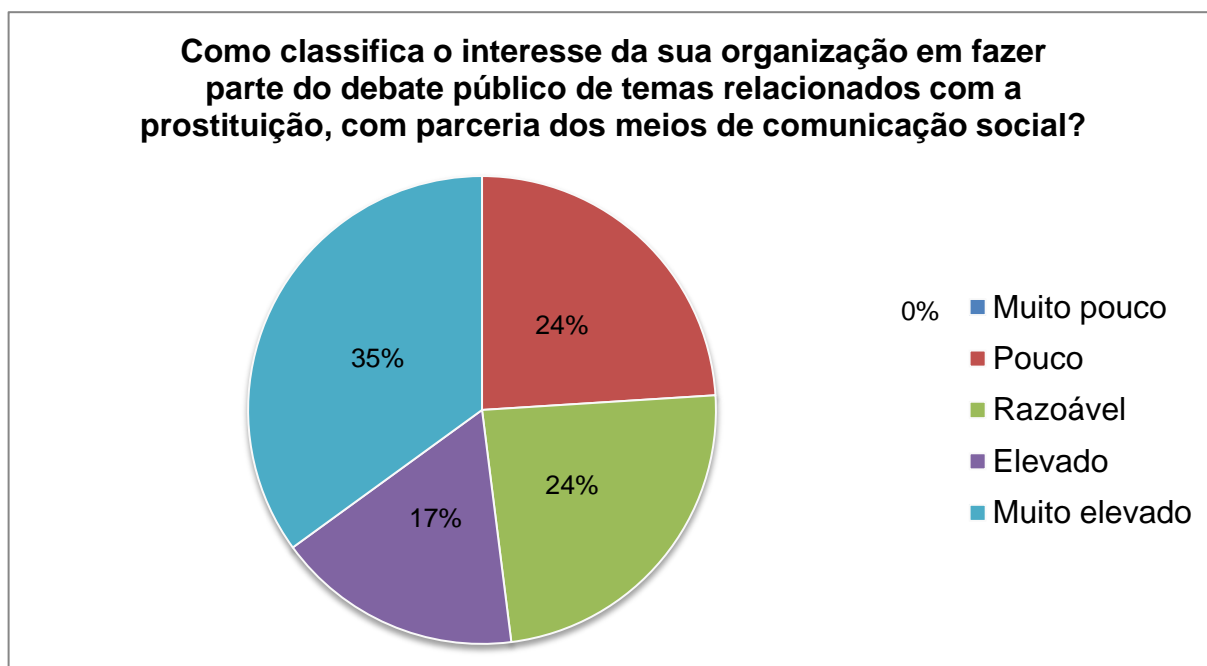


Gráfico 21

Quanto a este último ponto, recolhe-se de uma das entrevistas aos jornalistas que “é natural que [as organizações] queiram, e devam, participar”(EJ4). Por outro lado, algumas delas têm pouco interesse em fazê-lo, justificando-se com “questões com mais importância, nomeadamente a manutenção da qualidade de vida dos utentes” (E4). Da parte das que estão interessadas em fazê-lo destaca-se o debate sobre a legalização, que é igualmente registado como um factor inclusivo e com

potencial, na avaliação dos jornalistas. Este aspecto de discussão legal e até de enquadramento social da prostituição ou do trabalho sexual congrega organizações dos quadrantes opostos, para as duas respostas possíveis.

Por um lado, as organizações identificadas com o abolicionismo registam com algum alarme a escalada deste movimento, que não se deve desconsiderar atendendo ao empobrecimento do país – que, afirmam, aumenta o recurso à prostituição. Procuram promover o debate assente neste enquadramento de empobrecimento e exclusão social como motor de entrada num mundo de exploração sexual. Por outro lado, os partidários do movimento de legalização procuram posicionar o debate na multiplicidade de casos que reconhecem no recurso à prostituição, destigmatizando a actividade, enquadrando-a com direitos e deveres e invertendo a lógica de violência de género para um paradigma de libertação de género pelo exercício livre e voluntário de práticas sexuais remuneradas na, assim chamada à falta de melhor termo, «indústria do sexo».

Este debate, contudo, parece-nos isolado de um outro, mais profundo, e sem espaço quer na agenda dos *media* quer na agendas das organizações. O cliente, o vector constantemente desaparecido do debate que inclui a prostituição. Cita-se, em jeito de conclusão, um excerto de uma das entrevistas que consideramos bastante importante.

“Há uma coisa muito «engraçada». Fala-se em trabalho sexual nunca trazendo cá para fora qual a importância do trabalho sexual em si mesmo, enquanto trabalho. Isto nunca foi debatido. Alguém já alguma vez perguntou em algum debate se perguntou porque é que o trabalho sexual existe e porque é que existem as trabalhadoras? Alguém pergunta porque é que permanece ao longo dos tempos? Porquê? Porque se lembram? É um devaneio? Porquê? Porque é que existe. Porque é que é solicitado. Porque existe uma sexualidade que só é possível nestes contextos? (...) A verdade é que isto nunca é perguntado. Nunca se pergunta porque é que um homem casado vai duas vezes por semana ter com a prostituta.” (E4)

Conclusão

Nesta dissertação procurámos compreender a relação entre as organizações que intervêm socialmente junto e pessoas em contexto de prostituição e os meios de comunicação informativos, em Portugal, no que diz respeito à problemática da prostituição. Pudemos, em primeira instância, caracterizar estas organizações e traçar a realidade do panorama nacional da intervenção social desta problemática.

A maioria destas organizações constitui-se, como se disse, enquanto IPSS. Daqui decorre que não são administradas pelo Estado ou demais órgãos públicos, podendo contudo receber financiamento por parte da Segurança Social ou outros meios de apoio social estatal. Igualmente se destaca que a maioria das organizações não têm, nem pondera ter (a curto prazo), um técnico que execute funções específicas de comunicação, de entre os 10 ou mais recursos humanos - de que a maioria das organizações dispõe. A área da comunicação não prevê investimentos significativos e essas funções são, principalmente, entregues à direção ou coordenação dos projetos, salvo em questões mais corriqueiras, nas quais a responsabilidade é partilhada pela generalidade dos técnicos.

A ligação destas organizações ao movimento feminista português não só não é explícita como, para a grande maioria, não é sequer existente. As ligações informais que se registam exercem-se através do estabelecimento de parcerias, por exemplo com o Movimento Democrático de Mulheres, com vista à promoção do debate sobre prostituição (nomeadamente a nível político), ou de alguma forma de apoio ou aconselhamento, externo à organização, de académicos/as ou investigadores/as da área feminista. Aproximações deste tipo resultam de uma

proximidade de entendimentos e discursos, que, contudo, não se traduzem na afirmação destas organizações enquanto movimentos sociais feministas.

O pouco investimento na área da comunicação (que se explicita na ausência de técnicos especializados, estratégia de comunicação, iniciativa no contacto e tentativa de perceber o meio comunicacional) justifica algumas diferenças que foram apontadas na apresentação dos resultados da investigação. Estas diferenças têm que ver com diferentes expectativas no relacionamento e diferentes perceções quanto ao trabalho dos jornalistas. Os enfoques distintos, como se apresentou recorrendo às entrevistas, são gerados por diferentes vontades de interagir no debate público mediático. Muitas organizações não estão ainda preparadas para responder ou enquadrar as solicitações dos jornalistas, pretendendo enviar a mensagem uniformizada da promoção das suas actividades (internas, pelo que direccionadas ao público-alvo ou externas, com vista à sociedade civil).

Percebeu-se que as organizações que dispõem de um técnico ou gabinete de comunicação (partilhado por várias delegações ou vários projectos dentro da mesma organização) efectuam e recebem mais contactos do que aquelas que não têm. Igualmente se regista a mesma tendência dentro das organizações que dispõem de uma estratégia de comunicação, tornando-se mais proactivas e responsáveis na procura de visibilidade mediática. Da mesma forma se denota que as organizações enquadradas com o modelo regulador têm mais propensão a procurar os meios de comunicação social e a actuar em redes ou plataformas organizadas.

Este continua a ser, segundo jornalistas e representantes de organizações, um tema bastante complexo na abordagem mediática. Nele se entrelaçam estereótipos, enquadramentos e limitações de várias ordens. A desconfiança de

algumas organizações coloca entraves ao trabalho dos jornalistas, e os “erros” destes (sejam títulos ou capas sensacionalistas) não são facilmente desculpados. A questão do depoimento em primeira pessoa esbarra com os princípios de confidencialidade e protecção de utentes de algumas organizações, por princípio ou por precaução (as organizações que se mostram “desiludidas” com a comunicação social, na generalidade, barram o acesso directo aos seus utentes e às suas histórias, remetendo os depoimentos para os técnicos e os dados para estatísticas gerais da organização).

O nível de insatisfação das organizações coincide com a falta de preparação e reflexão (nomeadamente no que diz respeito à realização de actividades sobre a construção mediática da prostituição nos media) da maioria, da mesma forma que coincide com a falta de iniciativa e pouca vontade de participar do debate de cerca de um quarto do total de organizações. Os jornais são, declaradamente, o meio mais contactado, pelos motivos que anteriormente se explicitaram.

A comunicação é, posto isto, encarada de formas bastante diferentes pelas várias organizações, e essa postura têm reflexo na avaliação que fazem do trabalho dos jornalistas e na forma como lêem e percebem as matérias sobre prostituição. O que podemos inferir, atendendo aos termos em que este debate têm acontecido no meio público comunicacional, segundo também se apresentou na revisão bibliográfica, e também aos resultados obtidos nesta investigação, é de que este tema não é prioritário na agenda mediática nacional, nem tão pouco dentro da categoria das questões sociais.

Ao debate mediático da prostituição terá que anteceder um debate interno, no seio das organizações, e junto das suas utentes. Apenas depois deste

esclarecimento interno, proposto e previsto por algumas organizações, será possível um debate verdadeiramente representativo e consciente. Considerando também que a maioria das organizações não se revê no actual modelo de enquadramento político-legal da prostituição em Portugal, e que há inclusivamente redes e plataformas formadas no sentido de potenciar condições para uma revisão legal, na contramão do que é sugerido a nível europeu, este será um foco de debate de interesse futuro.

Referências Bibliográficas

- Almeida, Teresa (2004). "A longa marcha dos feminismos em Portugal", in Ignacio Ramonet, Alain Gresh, Martin Bulard (ed), *Mulheres Rebeldes*, Campo da Comunicação, pp. 147-154
- Álvares, Cláudia e Silveirinha, Maria João (2005). "Introdução à mesa temática «Estudos culturais e de Género»", Livro de actas – 4º SOPCOM. Página consultada em Março de 2014, <http://www.bocc.ubi.pt/pag/alvares-claudia-introducao-mesa-tematica-estudos-culturais-genero.pdf>
- Barnett, Laura *et al.* (2011). "Prostitution: a review of legislation in selected countries", Página consultada em Março de 2014, <http://www.parl.gc.ca/content/lop/researchpublications/2011-115-e.pdf>
- Beauvoir, Simone de (1975). *O segundo sexo I, Os Factos e os Mitos*. Amadora: Oficinas Gráficas da Livraria Bertrand (Imprensa Portugal-Brasil)
- Beauvoir, Simone de (1976). *O segundo sexo II, A Experiência Vivida*. Amadora: Oficinas Gráficas da Livraria Bertrand (Imprensa Portugal-Brasil)
- Byerly, Carolyn M. e Ross, Karen (2006) *Women and Media - A Critical Introduction*, Oxford: Blackwell Publishing
- Boyle, Karen (2011). "«That's so fun»: Selling pornography for men to women in The Girls Next Door." in: Dines G, Humez JM (ed.). *Gender, Race, and Class in Media: A Critical Reader*, London: SAGE, pp. 293-300.
- Carmo, Isabel e Amâncio, Lúcia (2004). *Vozes Insubmissas, A história das mulheres e dos homens que lutaram pela igualdade dos sexos quando era crime fazê-lo*, Lisboa: Publicações Dom Quixote
- Carter, Cynthia; Steiner, Linda e McLaughlin, Lisa (eds) (2014). *The Routledge Companion to Media And Gender*, London: Routledge
- Carther, C., Branston, G e Allan, Stuart (eds) (2008). *News, Gender and Power*. London: Routledge
- Couto, Dulce *et al.* (2012). "A construção mediática do tráfico de seres humanos na imprensa escrita portuguesa", *Análise Psicológica*, 30 (1-2): 231-246

- Coy, Maddy; Wakeling, Josephine e Garner, Maria (2011). "Selling sex sells: Representations of prostitution and the sex industry in sexualised popular culture as symbolic violence". Página consultada em Agosto de 2014, <http://projectrespect.org.au/system/files/Selling+Sex+Sells.pdf>.
- Cruz, Francisco Ignacio dos Santos (1984). *Da prostituição na cidade de Lisboa*, Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Cunha, Maria João (2012). "Vivências do Corpo na Prostituição Feminina", Página consultada em Março de 2014, <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/21787>
- Daniel-Wrabetz, Joana (ed.) (2011). *Tráfico Desumano: Livro de Actas*. Coleção Direitos Humanos e Cidadania, Observatório do Tráfico de Seres Humanos, Lisboa: Palmigráfica
- Davidson, Julia O'Connell (1995). "The Anatomy of «Free Choice» Prostitution", *Gender, work and Organization*, 2 (1): 1-10
- Davidson, Julia O'Connell (2002). "The Rights and Wrongs of Prostitution", *Hypatia* 17 (2): 84-98
- Deuze, Mark (2005). "What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered", *Journalism* 6 (4): 442-464
- Esteves, João Pissarra, (2003). *Espaço público e democracia: comunicação, processos de sentido e identidades sociais*. Lisboa: Colibri
- Farley, Melissa (2004). "Bad for the body, bad for the heart: prostitution harms women even if legalized or decriminalized". *Violence Against Women*, 10 (10): 1087- 1125
- Ferin, Isabel; Oliveira, Francine e Cabecinhas, Rosa. (2011) "Retratos da mulher brasileira nas revistas portuguesas". Página consultada em Novembro de 2013, <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/19851/1/Oliveira%2c%20Cabecinhas%20%26%20Cunha%202011enecult.pdf>
- Fernández, Celia Valiente (2004). "La política de la prostitución: el papel del movimiento de mujeres y los organismos de igualdad en España". Página consultada em Outubro de 2013, <http://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/4214>
- FitzGerald, Joseph K. e O'Rourke, Brendan K..(2012). "Young men consuming newspaper prostitution: A discourse analysis of responses to Irish newspaper coverage of prostitution", *Irish Communications Review*, Vol. 13, 145-155

- Fonseca, Ângelo (1902). *Da prostituição em Portugal - Estudos de Medicina Social*, Porto: Typographia Occidental.
- Gallagher, M. (2003). "Feminist Media Perspectives" in A. Valdivia (ed.) *A companion to Media Studies*, Malden, Oxford, Victoria: Blackwell Publishing, 19-39.)
- Gallagher, Margaret (2001). *Gender Setting: News Agendas for Media Monitoring and Advocacy*. Londo: Zed Books
- Gallego, Juana (2009). "Género e representação pública: Realidades e Desejos", *Media & Jornalismo*, 15: 43-53
- Garaizábal, Cristina (2007). "Una Mirada feminista a la prostitución". Página consultada em Fevereiro de 2014. <http://www.pensamientocritico.org/crigar0208.html>
- Garcia, Ricardo *et al.* (2008). *Comunicación, identidad y género*. Madrid: Fragua
- Gonçalves, Telmo (2005). "A Abordagem do enquadramento nos estudos do jornalismo" in *Caleidoscópio, Revista de Comunicação e Cultura*, nº5/6 "
- Goode, Eric e Ben-Yehuda, Nachman (1994). *Moral Panics. The social construction of deviance*. Cambridge: Blackwell Publishers.
- Gordon, Jody (1992). "When the victim is «deviant»: an analysis of newspaper articles on violence against women who prostitute, 1975-1993". Página consultada em Junho de 2014, <http://summit.sfu.ca/item/7172>
- Grupo Davida (2005). "Prostitutas, «traficadas» e pânicos morais: uma análise da produção de fatos em pesquisas sobre o «tráfico de seres humanos»". *Cadernos pagu*, (25): 153-184
- Héritier, Françoise (1996). *Masculino Femino, o Pensamento da Diferença*. Lisboa: Instituto Piaget
- Honeyball, Mary (2014). "Relatório sobre a exploração sexual e a prostituição e o seu impacto na igualdade dos géneros", Página consultada em Maio de 2014, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A7-2014-0071+0+DOC+XML+V0//PT#top>
- Instituto Nacional de Estatística (2003). "Portugal Social 1991-2001", Página consultada em Junho de 2014

http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACAOESpub_boui=5596993&PUBLICACOESmodo=2

- Kesler, Kari (2002). "Is a Feminist Stance in Support of prostitution possible? An exploration of current trends". *Sexualities*, 5 (2):219-235
- Kilvington, Judith; DAY, Sophie e WARD, Helen. (2001). "Prostitution Policy in Europe: A Time of Change?", *Feminist Review* (67): 78–93
- Lowman, John (2000). "Violence and the Outlaw Status of (street) prostitution in Canada", *Violence Against Women*, 6 (9): 987-1011
- Lucenay, A. Martin (1933). *La Prostitución*, Madrid: Editorial Fénix.
- Lusa - Agência de Notícias de Portugal, S. A. (2012). *Livro de Estilo*, Página consultada em Junho de 2014, <http://www.lusa.pt/lusamaterial/PDFs/LivroEstilo.pdf>
- Magalhães, Raquel S. M. (2006). "Promoção da saúde em instituições de apoio a prostitutas/as de rua: perspectivas de técnicos e utentes". Página consultada em Março de 2014, <http://repositorium.sdum.uminho.pt/xmlui/handle/1822/6212>
- Marocco, Beatriz (2002). "Prostitutas, jugadores, pobres y vagos en los discursos periodísticos", Página consultada em Janeiro de 2014, <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4175/bm1de1.pdf;jsessionid=4CA533495AF772FDFBCB7799A38AD1DE.tdx2?sequence=1>
- Mathieu, Lilian (2003). "The emergence and uncertain outcomes of prostitutes social movements", *The European Journal of Women's Studies*, 10 (1): 29-50.
- Matlary, Janne Haaland (2002). *Para um Novo Feminismo*. Cascais: Principia - Publicações Universitárias e Científicas
- McRobbie, A. (2004). "More! A nova sexualidade nas revistas para raparigas e mulheres" in M. J. Silveirinha (Coord.) *As Mulheres e os Media*, Lisboa: Livros Horizonte, 123-137
- Michel, Frank (2009). *Planeta Sexo – Turismos sexuais, mercantilização e desumanização dos corpos*, Porto: Campo das Letras.
- Monto, Martin A. (2004). "Female Prostitution, Customers, and Violence". *Violence Against Women*, vol. 10: 160-188

- Moreira, Rodrigo Alves (2009) “Prostituição de Rua: Um problema de saúde pública? Contributos para o seu estudo”. Página consultada em Março de 2014, <http://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/7205>
- Mota-Ribeiro, Silvana e Pinto-Coelho, Zara (2005). “Imagens de mulheres na imprensa portuguesa”. Página consultada em Novembro de 2013, http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5308/1/RibeiroS_CoelhoZmulheresimprensa_05.pdf
- Nicola, Andre Di et al. (2005). Study on national legislation on prostitution and the trafficking in women and children. Página consultada em Outubro de 2013, <http://lastradainternational.org/doc-center/1073/study-on-national-legislation-on-prostitution-and-the-trafficking-in-women-and-children>
- Northrup, Christiane (1998). *Corpo de Mulher, Sabedoria de Mulher*, Lisboa Sinais de Fogo – Publicações
- Oliveira, Alexandra (2013). “Prostituição feminina, feminismos e diversidade de trajectórias”, *ex-aequo* 28: 17-30
- Outshoorn, Joyce (2001) “Debating Prostitution in Parliament: A Feminist Analysis”, *The European Journal of Women’s Studies*, 8 (4): 472-490
- Outshoorn, Joyce (2005) “The political debates on prostitution and trafficking of women”, *Social Politics Oxford Journals*, 12 (1): 141-155
- Pais, José Machado (1983) “A prostituição na Lisboa boémia dos inícios do século XX”. Página consultada online em Março de 2014 <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1223465545K3hSC1wx0Mi31EY9.pdf>
- Peça, Marta (2009). “Os Movimentos de mulheres e os *media*”. Página consultada em Março de 2014, http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/411/404
- Peça, Marta (2010). “Os movimentos de mulheres em Portugal - Uma análise da noticiabilidade na imprensa portuguesa”. Página consultada em Novembro de 2013, <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/12644/1/Marta%20Peca%20-%20Os%20movimentos%20de%20mulheres%20em%20Portugal..pdf>

- Pheterson, Gail (1990). "The category «prostitute» in scientific inquiry", *The Journal of Sex Research*, 27 (3): 397-407
- Plamondon, Ginette (2002). "Is Prostitution Work or Exploitation? Further Consideration Is Needed". Página consultada em Junho de 2014, <http://www.sexwork.com/montreal/WorkOrExploitation.pdf>.
- Público (1998). *Livro de Estilo*, Página consultada em Junho de 2014, http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/
- Rede Sobre Trabalho Sexual (2014). "Comunidade: Posição da sociedade civil face aos riscos da aplicação de medidas legislativas de criminalização do trabalho sexual", Página consultada em Junho de 2014 <http://sm.vectweb.pt/media/64/File/Actualidades/portugal/Comunicado%20RTS%20FEV%202014.pdf>
- Ribeiro, Fernando Bessa (2008) "Proibições, abolições e a imaginação de políticas inclusivas para o trabalho sexual", Página consultada em Novembro de 2013, <http://incubadora.ufrn.br/index.php/Bagoas/article/view/503>
- Ribeiro, Manuela e Sacramento, Octávio (2005). "Violence against prostitutes - Findings of research in the spanish-portuguese frontier region". *European Journal of Women's Studies* 12 (1): 61-81
- Ribeiro, Manuela et al. (2005). *Prostituição Abrigada em Clubes (Zonas Fronteiriças do Minho e de Trás-os-Montes): Práticas, Riscos e Saúde*, Lisboa: Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres
- Richardson, Diane (2005). "Sexuality and Male Dominance", in Richardson e Robinson (ed.), in *Introducing Women's Studies*, London: Macmillan Press, pp. 79-97.
- Richardson, Diane e Robinson, Victoria (eds) (1993). *Introducing Women's Studies*. London: Macmillan Press
- Roberts, Nickie (1996). *A Prostituição através dos tempos na sociedade ocidental*. Lisboa: Editorial Presença
- Roberts, Nickie (1996). *A prostituição através dos tempos*. Lisboa: Editorial Presença
- Santos, Rogério (2006). *A fonte não quis revelar: um estudo sobre a produção das notícias*. Porto: Campo das Letras

- Scheid, Daiane (2008). “Espaço público e visibilidade institucional na sociedade da informação”. Página consultada em Março de 2014, <http://www.sinprorp.org.br/clipping/2008/18Scheid.pdf>
- Schulze, Erika *et al.* (2004). “Sexual exploitation and prostitution and its impact on gender equality”, Página consultada em Novembro de 2013, [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/493040/IPOL-FEMM_ET\(2014\)493040_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2014/493040/IPOL-FEMM_ET(2014)493040_EN.pdf)
- Scoular, Jane (2004). “The «subject» of prostitution: interpreting the discursive, symbolic and material position of sex/work in feminist theory”, *Feminist Theory*, 5 (3): 345-355
- Scoular, Jane e O'Neill, Maggie (2007). “Regulating prostitution – Social inclusion, responsabilization and the politics of prostitution reform”. *Br J Criminol* (2007) 47 (5): 764-778
- Shrage, Laurie (1997). “Should feminists oppose prostitution?”, in Lori Gruen, George Panichas (eds), *Sex, morality and the law*. Londres: Routledge: 133-144
- Silva, Carlos, Machado, Helena, Silva, Susana (2001). “Law, Science and the female body: Prostitution as a «boundary object»”. Página consultada em Outubro de 2013, <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/3460>
- Silva, Susana (2007). “Classificar e silenciar: vigilância e controlo institucionais sobre a prostituição feminina em Portugal”, *Análise Social*, 17 (184): 789-810
- Silveirinha, Maria João (1997). “O discurso feminista e os estudos dos media”. Página consultada em 5 de Fevereiro de 2014, <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silveirinha-mariajoao-discurso.pdf>
- Silveirinha, Maria João (2008). “A Representação das Mulheres nos Media. Dos Estereótipos e «Imagens de Mulher» ao «Feminino» no Circuito da Cultura”, in João Pissara Esteves (ed.), *Comunicação e Identidades Sociais: diferença e reconhecimento em sociedades complexas e culturas pluralistas*, Lisboa: Livros Horizonte, pp. 101-128.
- Silveirinha, Maria João; Peixinho, Ana Teresa e Santos, Clara Almeida (ed.) (2010). *Género e Culturas Mediáticas e-book*, Página consultada em Janeiro de 2014, http://www.cimj.org/index.php?option=com_content&view=article&id=119:ebook-genero-e-culturas-mediaticas-&catid=25:noticias

- Simões, Rita Basílio de e Peça, Marta (2009). “Da estrada para a passerelle: o tráfico de mulheres para exploração sexual na imprensa”, *Media e Jornalismo*, 15: 83-101
- Simões, Rita Joana Basílio de (2007). *A violência contra as mulheres nos media : lutas de género no discurso das notícias*. Coimbra: Coimbra Editora
- Stenvoll, Dag (2002). “From Russia with love? Newspaper coverage of cross-border prostitution in Northern Norway, 1990-2001”. *The European Journal of Women’s Studies*, 9 (2): 143-162
- Tavares, Manuela (2008). “Feminismos em Portugal (1947-2007)”, Página consultada em Novembro de 2013, <https://repositorioaberto.uab.pt/bitstream/10400.2/1346/1/Tese%20de%20doutoramento%20Manuela%20TavaresVF.pdf>
- Tavares, Manuela (s/d). “Prostituição – Diferentes posicionamentos no movimento feminista”. Página consultada em Outubro de 2013, <http://www.umarfeminismos.org/images/stories/pdf/prostituicaomantavares.pdf>
- Traquina, Nelson (2005). *A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*, Florianópolis: Insular
- Traquina, Nelson (2007). *Jornalismo*, Lisboa: Quimera
- Trindade, Sara (coord) (2012). “Mapeamento de Serviços Dirigidos a Trabalhadores(as) do Sexo”, Página consultada em Outubro de 2013, <http://tsexo.com.pt/MapeamentoServicosTS.pdf>
- Tuchman, Gaye (2002) “As notícias como uma realidade construída” in: Esteves, J.P. (Org.). *Comunicação e Sociedade*. Lisboa: Horizonte, pp. 91-104, 2002.
- Tuchman, Gaye (2009). “Media, Género, Nichos”, *Media & Jornalismo*, 15: 15-24
- Ussel, Jos Van (1975). *História da Repressão Sexual*, Póvoa do Varzim: Tipografia Camões
- Van Zoonen, Liesbet (1994). *Feminist Media Studies*, London: SAGE Publications
- Veena, N. (2007). “Revisiting the prostitution debate in the technology age: women who use the internet for sex work in bangkok” *Gender, Technology and Development*, 11 (1): 97-106

Ventura, Borja (2006). "La prensa se forra con las prostitutas". Página consultada em Março de 2014, <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article531>.

Vicente, Ana (2002). *Os poderes das mulheres, os poderes dos homens*. Lisboa: Gótica

1. Formulário de Inquérito às organizações

Este questionário faz parte da dissertação de Mestrado em Comunicação e Jornalismo sob o tema "Media, Género e Prostituição", desenvolvida por Mariana Pardal.

O questionário dirige-se a organizações que desenvolvam actividades com pessoas em contexto de prostituição, tendo por finalidade compreender a identidade das mesmas (organizações) e a sua relação com os meios de comunicação social. Os dados recolhidos destinam-se apenas para fins de investigação.

Agradeço o seu contributo.

***Obrigatório**

Parte 1: Caracterização da Organização

Código de Validação *

Por favor insira o código de validação que lhe foi enviado por mail, por forma a assegurar o rigor dados recolhidos.

Nome da Organização: *

Se a sua organização fizer parte de uma outra, por favor indique qual.

Tipo de Organização *

Associação Sem Fins Lucrativos
Instituição Particular de Solidariedade Social
Organização Não Governamental
Outra:

Data de fundação: *

A sua organização tem base ou cariz religioso? *

Sim
Não

Área de Intervenção: *

Se "Distrital" especifique em que distritos:

Recursos Humanos *

de 1 a 3
de 4 a 6
de 7 a 9
10 ou mais

De acordo com os estatutos da sua organização, quais são os objectivos principais? *

Indique, por favor, quais as problemáticas a que a sua organização mais se dedicou no ano de 2013. *

Organizando-as por ordem de importância, de acordo com a tabela.

	Não contemplado	Pouco relevante	Relevante	Muito Relevante	Prioritário
Alcoolismo					
Doenças Sexualmente Transmissíveis					
Imigração					
Pobreza					
Prostituição					
Toxicod dependência					
Transexualidade (e/ou outras questões LGBT)					
Violência de Género					

Com que modelo de enquadramento político-jurídico a sua organização se identifica? *

Proibicionista (condenação de todos os elementos envolvidos na prostituição - prostituta, proxeneta e cliente)

Abolicionista (a prostituição não é proibida, senão a sua exploração, e entende-se que seja uma forma de violência sobre as mulheres)

Regulador (considera a prostituição um fenómeno social não erradicável, entendido como trabalho sexual)

Novo-abolicionismo (penalização do proxenetismo ou outra exploração da prostituição, prática não proibida senão em bordéis)

Parte 2. Estratégia de Comunicação

Através de que meios e com que regularidade a sua organização divulga e promove as suas actividades e/ou tomadas públicas de posição? *

	Não utiliza	1 a 2 vezes por ano	3 a 5 vezes por ano	6 a 8 vezes por ano	9 a 11 vezes por ano	12 vezes ou mais por ano
Newsletter, folha informativa (pública)						
Revista ou Jornal da organização (público)						
Desdobráveis, Cartazes ou						

	Não utiliza	1 a 2 vezes por ano	3 a 5 vezes por ano	6 a 8 vezes por ano	9 a 11 vezes por ano	12 vezes ou mais por ano
folhetos						
Contacto com meios de comunicação						
Congressos ou Conferências (como entidade organizadora)						
Actividades de cariz cultural, artístico ou desportivo						
Manutenção de site/blog na internet						
Página de Facebook						

No ano de 2013, com que frequência a sua organização promoveu contactos com os seguintes:

	Nunca	1 a 2 vezes por ano	3 a 5 vezes por ano	6 a 8 vezes por ano	9 a 11 vezes por ano	12 vezes ou mais por ano
Poder Político (representantes nacionais)						
Poder Político (representantes locais)						
Outras organizações da mesma área de intervenção						
Público em Geral						
Outros (especifique abaixo quais)						
Outros:						

Existe algum/a responsável interno pela divulgação e promoção das actividades da sua organização? *

Sim

Não

Se SIM, que cargo ocupa?

A sua organização mantém um site ou blog na internet? *

Sim (por favor, indique o(s) endereço(s) abaixo)

Não (por favor, passe à página seguinte)

Indique aqui o(s) endereço(s) do seu site, blog ou página de facebook

Quanto ao seu site/blog:

Sim

Não

As visitas e/ou o tempo de permanência no site/blog são analisadas?

Que tipo de publicações compõe o seu site/blog?**Com que periodicidade actualiza os seguintes:**

Não aplicável	Todos os dias	Todas as semanas	De 15 em 15 dias	Todos os meses	Menos que mensalmente
---------------	---------------	------------------	------------------	----------------	-----------------------

Site

Blog

Página de Facebook

Como caracteriza a interactividade com o público em geral nos seguintes:

Por interactividade entende-se o uso de ferramentas de página ou conteúdos através dos quais os visitantes contactam a sua organização ou comentam publicações.

Inexistente	Muito baixa	Baixa	Razoável	Boa	Muito boa	Excessiva
-------------	-------------	-------	----------	-----	-----------	-----------

Site

Blog

Página de Facebook

Parte 3. Relação com os Meios de Comunicação**Com que frequência a sua organização toma a iniciativa no contacto com os seguintes média: ***

Nunca	Raras vezes	Poucas vezes	Algumas vezes	Com frequência	Com muita frequência
-------	-------------	--------------	---------------	----------------	----------------------

Jornais Locais

Jornais Nacionais

Programas ou estações de televisão

Nunca	Raras vezes	Poucas vezes	Algumas vezes	Com frequência	Com muita frequência
-------	-------------	--------------	---------------	----------------	----------------------

Rádios Locais

Rádios Nacionais

Revistas

Outros

Se OUTROS, indique, por favor, quais.

Com que órgão de comunicação social foi mais eficaz o seu contacto? *

Que métodos utiliza no contacto com os anteriores meios de comunicação? *

Nunca	Raras vezes	Poucas vezes	Algumas vezes	Com frequência	Com muita frequência
-------	-------------	--------------	---------------	----------------	----------------------

Serviços de Assessoria
Mediática

Conferência de Imprensa

Comunicado de Imprensa

Contactos de referência nos
órgãos de comunicação

Press-Kit

Envio de notificação ou
convite

Tendo em conta o ano de 2013, com que regularidade foi a sua organização contactada pelos seguintes: *

Nunca	Raras vezes	Poucas vezes	Algumas vezes	Com frequência	Com muita frequência
-------	-------------	--------------	---------------	----------------	----------------------

Nunca Raras vezes Poucas vezes Algumas vezes Com frequência Com muita frequência

Jornais Locais

Jornais Nacionais

Programas ou Estações de Televisão

Rádios Locais

Rádios Nacionais

Revistas

Os motivos pelos quais contacta os meios de comunicação social são condizentes com os motivos pelos quais os mesmos contactam a sua organização? *

Por favor, justifique.

Nunca
Raras vezes
Poucas vezes
Algumas vezes
Com frequência
Com muita frequência

A sua organização analisa ou reúne peças jornalísticas sobre os temas a que se dedica?

Sim
Não

Se SIM, quem é o responsável por esse trabalho?

Avalie o nível de satisfação da sua organização quanto à forma como assuntos relacionados com a prostituição são tratados pela comunicação social portuguesa. *

Muito baixo
Baixo
Razoável
Bom
Muito bom

Alguma vez sentiu revolta pelo tratamento dado a um tema após contacto com a sua organização? *

Sim
Não

Se SIM, tomou alguma medida?

Sim
Não

Se SIM, qual?

A sua organização já organizou alguma actividade relativa à construção mediática de temas relacionados com a prostituição? *

Nomeadamente de reflexão ou intervenção, como colóquios ou conferências sobre a relação de organizações e media.

Sim
Não

No âmbito da produção da opinião pública, considera que os media informativos são: *

Pouco Importantes
Importantes
Muito Importantes

Como avalia a relação da sua organização com os media, enquanto fonte de informação?

Muito fraca
Fraca
Razoável
Boa
Muito boa

O que poderia ajudar à melhoria da sua relação com os média? *

Como classifica o interesse da sua organização em fazer parte do debate público de temas relacionados com a prostituição, com parceria dos meios de comunicação social? *

Muito pouco
Pouco
Razoável
Elevado
Muito elevado

Assinale, por favor, as afirmações com as quais concordar. *

- A prostituição é um tema esporádico na comunicação social.
- A generalidade dos profissionais dos media não estão preparados para abordar temáticas relativas à prostituição.
- A agenda política actual não está sensível à temática da prostituição.
- O sistema político-jurídico de enquadramento da prostituição em Portugal é o mais adequado.
- Nos média, a prostituição é geralmente associada a crime ou desvio social.
- Nos média, a imagem da prostituta é assente em estereótipos e preconceitos.
- As organizações devem procurar reconhecimento público para poderem influir mais eficazmente na criação da opinião pública.
- As organizações ganham visibilidade quando reunidas em plataformas.

Parte 4: Conclusão e comentários finais.

Muito lhe agradeço a contribuição para a investigação através do preenchimento deste inquérito. Queira ainda, por favor, facultar-me os seus dados de contacto para potencial realização de entrevista após análise da informação recolhida nos inquéritos. Pode ainda, voluntariamente, deixar um comentário final sobre este inquérito ou algum outro assunto que julgue importante.

Pessoa de contacto para entrevista *

Cargo que ocupa *

Contacto telefónico *

Contacto móvel ou Contacto telefónico alternativo

Contacto email

Espaço para comentário final.

2. Guião de entrevista a representantes de organizações

GUIÃO DE ENTREVISTA A REPRESENTANTES DE ORGANIZAÇÕES

Breve caracterização da organização

Nome da Organização	
Tipo de Organização	
Data de Fundação	
Área de intervenção	

Introdução

Esta entrevista é realizada no âmbito da investigação da dissertação de mestrado (na área de Comunicação e Jornalismo, pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra) que pretende compreender a relação das organizações que prestam apoio a pessoas em contexto de prostituição, com os *media* tradicionais de informação em Portugal.

Agradeço a sua disponibilidade em participar e o tempo que lhe vou tomar (cerca de uma hora). As questões desta entrevista dividem-se em três grupos, os quais: 1) Caracterização da organização; 2) Estratégia de Comunicação; 3) Relação com os meios de comunicação

Dados de entrevista

Entrevistadora: _____

Data: _____

Entrevistado/a

Nome: _____

Organização que representa: _____

Posição: _____

Parte I Caracterização da Organização (10 min)

1. Se me permite, gostaria de começar por conhecer um pouco da sua biografia profissional, nomeadamente a que se ligar com o serviço/intervenção social a pessoas que se prostituem.
2. Poderia agora apresentar os principais valores ou orientação do projecto/organização que representa?
3. A maioria dessa população é do sexo feminino, masculino ou transexual?
4. Entende a prostituição como uma forma de violência de género? Porquê?
5. Pensa que a base ou cariz religioso de uma organização condiciona (ou não) a sua intervenção?
6. Quanto à quantidade e formação dos recursos humanos do seu projecto/organização, julga que estão adequados às necessidades? Tem ou pondera ter um/a profissional dedicado exclusivamente à comunicação?
7. Quais as principais problemáticas que considera associadas à prostituição? As mesmas têm eco na comunicação social (ex. na construção mediática da imagem da mulher que se prostitui?).
8. Nos inquéritos (a que sua organização também respondeu) a maioria das organizações identifica-se com o enquadramento político-jurídico regulador. Qual o seu comentário? Revê esta identificação no panorama de debate mediático nacional?

Parte II Estratégia de Comunicação (20 min)

1. A estratégia de comunicação do seu projecto/organização é definida/delineada por quem? E aprovada?
2. Pela análise dos inquéritos, concluiu-se que há um baixo (ou inexistente) investimento em publicações individuais que não flyers (refiro-me a newsletters, folhas informativas, revista ou jornal da organização). Como explica este resultado?
3. Igualmente, as actividades de cariz cultural, artístico ou desportivo não são utilizadas pelas organizações, qual o motivo?
4. As tomadas de posição pública através dos média são pertinentes na sua organização? Em que contexto, e porquê?
5. Segundo resultados dos inquéritos, o meio utilizado com maior regularidade para divulgação e promoção de actividades e/ou tomadas públicas de posição é o Facebook. Parece-lhe o meio mais adequado? O que justifica este resultado?
6. Na sua organização por quem é gerida essa página e segundo que linhas de orientação?
7. Que feedback recebe da interactividade com o público em geral através das redes sociais ou do site (se tiver)?
8. A divulgação e promoção das actividades da sua organização para com os média é da responsabilidade de quem, e a partir de que linhas é orientada?
9. O seu projecto/organização têm algum princípio de confidencialidade? Como é feita a gestão do anonimato em contexto autopromoção pública (mediada e não-mediada; ex. o que não publicaria no facebook; o que não enviaria ao *média*)?
10. Na sua opinião, a identificação com um determinado modelo de enquadramento político-jurídico tem alguma influência na estratégia de comunicação de um projecto/organização? De que forma?

Parte III Relação com os Meios de Comunicação (25 min)

1. De acordo com os inquéritos, foram *raras* ou *poucas* as vezes em que as organizações tomaram a iniciativa no contacto com rádios (locais ou nacionais), programa ou estações de televisão e revistas. Como explica este resultado?
2. Da mesma forma, apontam como raras, poucas ou nenhuma as vezes em que foram contactadas pelos mesmos meios. Considera que há falta de interesse de parte a parte?
3. Como explica a diferença para o contacto (efectuado e recebido) com os jornais?
4. Quanto aos meios que são utilizados no contacto com os meios de comunicação, nota-se que ferramentas como a assessoria mediática ou o press-kit não são, na maioria, utilizados. O que justifica, e que impacto poderá ter, esta resultado?
5. Pelo que se pôde apurar, o meio usado preferencialmente é o envio de notificação ou convite. O convite/notificação que envia aos média é igual ao que envia, por exemplo, a instituições e/ou ao público em geral?
6. Quem é o responsável e de que forma se procede a este envio, na sua organização? (hora de envio, contacto de referência ou mail geral do órgão de comunicação)
7. Não foi possível apurar com rigor se os motivos pelos quais as organizações contactam os *média* são os mesmos pelos que são contactas. Podia dar-nos a sua opinião sobre este assunto, e apresentar o seu caso?
8. A maioria das organizações classifica como "*baixo*" o seu nível de satisfação quanto à forma como os assuntos relacionados com a prostituição são tratados pela comunicação social portuguesa, e metade já sentiu revolta face ao tratamento dado a um tema após contacto com a organização. Na sua opinião, quais os factores que contribuem para estes resultados?
9. O que gostaria de ver melhorado? Por que meios e de que forma podem as organizações contribuir? Qual o papel dos jornalistas/organizações neste processo?
10. Considerando que os *média* informativos são muito importantes na produção da opinião pública, como justifica que a maioria das organizações (44%) se considere uma "fraca" fonte de informação? O que justifica e qual o impacto?

11. Enquanto fonte de informação, que tipo de informação pretende o seu projecto/organização apresentar (por iniciativa própria) aos *média*? E que tipo de informação lhe é pedida?
12. Na sua relação com os *média*, enquanto fonte de informação, que tipo de informação não cede? Porquê? Quais as consequências dessa decisão?
13. Peço-lhe que descreva as principais características que compõem a imagem mediática associada à prostituição.
14. Julga que a sua identificação com um determinado modelo de enquadramento político-jurídico (qual) tem alguma influência na visibilidade mediática da sua organização? Que outros factores contribuem/prejudicam a mesma?
15. A participação no debate mediático de temas relacionados com a prostituição é uma prioridade para o seu projecto/organização?

Agradeço a sua atenção e disponibilidade.

3. Transcrição das entrevistas a representantes de organizações

Entrevista 1

Se poderia, por favor, apresentar-me um pouco da sua biografia profissional, nomeadamente na que diz respeito a este tipo de intervenção social...

O primeiro trabalho foi, como sabe, sou socióloga, foi em investigação. Depois deixei de fazer investigação e entrei directamente para o Ninho. Praticamente estive entre 6 a 8 meses sem trabalhar, e depois vim para o Ninho... em '75.

O que é que distingue a sua organização de outras missões? Quais são os valores marcantes da sua organização?

O respeito pelas pessoas, não fazer juízos de valor. É uma instituição, podemos dizer, de afectos, porque nós trabalhamos com mulheres que sofreram ao longo do seu percurso de vida várias violências, entre elas, o desafecto. O Ninho trabalha muito com elas a afectividade, achamos isso fundamental, consideramos que a prostituição viola a dignidade humana e por isso mesmo achamos que ninguém merece estar naquela situação, mas sim encontrarmos alternativas a uma situação de violência e à prostituição.

A maioria da população com quem contacta é de género feminino, masculino ou transgénero?

Trabalhamos fundamentalmente com mulheres, com raparigas, com jovens e mulheres e os seus agregados familiares.

Mas porque notam que é quem mais vos procura, ou porque é para quem estão mais direccionados?

Nós estamos mais direccionados para a prostituição feminina, e até porque não temos possibilidade económica para alargar os serviços à prostituição masculina, à prostituição de transexuais. Podemos dar um apoio, mas um apoio pontual, não posso dizer que o Ninho trabalha com este grupo. Nós trabalhamos com mulheres.

Por isso mesmo, entende que a prostituição é uma forma de violência de género?

É, naturalmente que é. Sem dúvida, para mim. É uma clara violação de género, e uma forma de escravatura em relação às mulheres.

Tendo em conta apenas a actividade da sua organização, pensa que a base ou o cariz religioso de uma organização condiciona de alguma forma a intervenção que faz?

Não, de modo algum. As pessoas que trabalham aqui são laicas, ninguém é religioso no sentido de ser freira ou ser padre. São técnicos que trabalham segundo os princípios da intervenção social, ou da intervenção psicossocial. Não condiciona absolutamente em nada.

Quanto à quantidade e formação desses mesmos técnicos, dos recursos humanos.. são adequados às necessidades ou neste momento seriam precisos mais?

Claro que seriam precisos mais! Não temos é dinheiro para pagar a mais. Temos 3 respostas sociais aceites pela segurança social, porque temos uma outra que consideramos uma resposta social, mas que não é considerada pela segurança social, que é o serviço de sensibilização e informação. Trabalhamos muito com jovens, com escolas, com universidades, com os sindicatos, etc, porque consideramos importante a mudança de mentalidades, dizendo aos jovens e informando-os da violência que é a prostituição. Primeiro para prevenir o recrutamento à prática, e também para a mudança de mentalidades. O sexo não se compra, vive-se em igualdade, com afectividade, com partilha e com responsabilidade. Nós queremos passar esta mensagem aos jovens e por isso de acordo com a experiência que fomos adquirindo ao longo do tempo, achamos que este trabalho é fundamental para a prevenção.

Algum dos técnicos da sua organização está dedicado exclusivamente à comunicação?

Não, isso não podemos. Não temos.

Mas ponderariam ou não será uma hipótese a médio/longo prazo?

A longo prazo, a muito longo! Não quer dizer que não fosse necessário, porque nós achamos que a comunicação social trata desta problemática de uma forma muito ligeira, muito superficial, a maioria, salvo raras excepções, mesmo em reportagens.. os canais de televisão o que lhes interessa é imagem e se encontram uma rapariga que dê a cara e que queira falar sobre a sua vida não têm, na minha opinião, nem respeito por ela e fazem-lhe as perguntas mais indevidas. E achamos que deveríamos ter um técnico preocupado e com uma função específica de abordar estas questões com a comunicação social, mas não temos, neste momento.

Pela realidade do trabalho nas valências da sua organização que principais problemáticas é que considera associadas à prostituição nessas mulheres; e se essas mesmas são as que encontra reflectidas na comunicação social...

O que está associado algumas vezes é a toxicod dependência, o alcoolismo e a situação de raparigas ilegais. Portanto, neste caso concreto, o tráfico para fins de exploração sexual. Não encontro nenhuma delas reflectidas na comunicação social de forma adequada.

Qual seria a forma adequada?

Seria tratar a prostituição no sentido de ser uma situação de violência em relação às mulheres, que não é considerada, pelo contrário, e algumas vezes fala-se sobre o tráfico para fins de exploração sexual de uma forma ligeira. A comunicação, de um modo geral, pretende são raparigas que estão na situação darem a cara, querem o testemunho na primeira pessoa não percebendo que isso é profundamente traumatizante para a pessoa. E o Ninho aí protege as mulheres.

Nos inquéritos (a que sua organização também respondeu) a maioria das organizações identifica-se com o enquadramento político-jurídico regulador. Qual o seu comentário? Revê esta identificação no panorama de debate mediático nacional?

A comunicação social mais facilmente dá voz às organizações que defendem a prostituição como um trabalho do que dá voz às que defende que a prostituição é uma violação dos direitos humanos.

Mas como é que se justifica essa tendência?

Eu penso que é mais um pseudo-vanguardismo. E também há outra questão por trás, que é: a prostituição faz circular muito dinheiro, e interessa que o dinheiro circule, e repare que os meios de comunicação hoje estão subordinados a grandes interesses financeiros, a grandes interesses económicos, e portanto as pessoas passam

para segundo lugar, para a circulação do dinheiro ser uma realidade. É isso que interessa, e interessa também ter audiências. E para ter audiências tratam-se as coisas de uma forma completamente absurda, desde que dê audiências.

Quem é que aprova ou estrutura a estratégia de comunicação do Ninho?

Nós não temos uma estratégia de comunicação. Não temos. Damos resposta às solicitações que nos são feitas. Portanto, não temos ninguém que dê resposta, por exemplo, a um artigo que venha no jornal e com o qual não concordamos, não temos capacidade de resposta para falarmos sobre a nossa forma de análise, não temos. E por isso mesmo, nós só estamos com a comunicação por convite da comunicação social. No ano de 2013 houve algumas exceções, na medida em que, como fizemos vários seminários, mandámos um email para a agenda da comunicação social, para diversos órgãos, para dar a conhecer que ia haver determinado evento, e o tema desse evento. Mas a comunicação social também não está interessado neste tipo de eventos.

As tomadas de posição pública através dos média são pertinentes na sua organização? Em que contexto, e porquê?

Em que contexto? Vou-lhe dar um exemplo. Seriam pertinentes quando apareceu a Rede sobre trabalho sexual, em que, enfim, em todos os canais de televisão aparecia uma rapariga juntamente com dois técnicos a defender a legalização e a defender a prostituição como um trabalho, na medida em que diziam que era uma forma de dignificar as pessoas.. nós aí deveríamos ter capacidade de resposta e deveríamos ter o mesmo tempo de antena que deram àquelas pessoas. Mas o certo é que não temos, não tivemos e que certamente não iremos ter.

Segundo resultados dos inquéritos, o meio utilizado com maior regularidade para divulgação e promoção de actividades e/ou tomadas públicas de posição é o Facebook. Parece-lhe o meio mais adequado? O que justifica este resultado?

Nós já tivemos uma revista que se chamava "Passagem", na década de '80. Mas não conseguimos mantê-la, na medida em que não tivemos a verba para isso. E apesar da paginação ser gratuita, o que é certo é que é preciso dinheiro para manter uma publicação. E nós não conseguimos mantê-la por isso mesmo. Porque consideramos importante ter uma publicação, de modo que não há dinheiro. Nós temos um facebook que criámos no âmbito deste projecto, para divulgar realmente as actividades que fazemos e é uma forma de passarmos a nossa mensagem, as acções que o Ninho vai promovendo. Os jovens, nós sabemos, utilizam muito a internet. É um meio adequado, mas não deveria ser o único. Nós temos o facebook e temos um site.

E quando falava à bocadinha nos flyers, que as organizações usam muito isso, nós não utilizamos. No ano de 2013 utilizámos porque no projecto, que é subsidiado pelo Fundo Social Europeu, era exigido que tenhamos esse tipo de material para poder sensibilizar a população. Percebe? Nós não utilizamos muito os flyers, até porque ficam caros. Tivemos a oportunidade no ano de 2013 de os utilizar na medida em que fizemos os seminários, na medida em que fomos a muitas escolas.. e na medida em que foram subsidiados, porque esse tipo de produtos, chamemos-lhe assim, é subsidiado pelo próprio projecto, neste caso concreto, pelo Fundo Social Europeu.

Recebe algum tipo de feedback do público da sociedade civil através das redes sociais? Recebe algum tipo de retorno?

Recebemos, recebemos. Através de mensagens, através do site, através do nosso mail, telefonemas. A Mariana esteve no último seminário, viu o filme que projectámos no seminário... tivemos imensos contactos em relação ao filme e imensas pessoas a pedir uma cópia do filme.

O que é que as pessoas, particularmente os jovens, se é que haverá uma distinção, dizem sobre o filme?

Dizem que é um filme muito forte, que nunca tinham pensado naquela perspectiva, que é uma realidade muito diferente daquela que imaginavam e que foi uma forma de ficarem sensibilizados para esta problemática. Não só para o tráfico e para a exploração sexual, mas também para a prostituição. E como nós distribuímos, sempre que vamos a uma sessão, fichas de avaliação, as avaliações feitas têm sido muito positivas, muito positivas mesmo. No sentido de uma mudança de mentalidade, sobretudo uma reflexão que nunca tinham feito.

E sente essa mudança nos jovens, particularmente nas raparigas?

Ainda não houve tempo para sentir essa mudança. No projecto geral do Ninho sim, há mudanças. Para nós significativas, mesmo a nível político, mesmo a nível dos jovens e dos sindicatos. Mas se me pergunta se isso é a generalidade? Não. Mas o que é certo é que tocou alguém, e alguém mudou a sua forma de pensar devido à intervenção do Ninho, e isso para nós é importante.

Gostaria de saber se a sua organização tem algum princípio de confidencialidade, em primeiro lugar para com os seus utentes e em segundo lugar para com os media.

Temos. Confidencialidade para com as pessoas com trabalhamos é obrigatório, até no contrato de trabalho que fazemos com as pessoas. A confidencialidade é fundamental, o sigilo profissional é fundamental. Com os media também na medida em que não podemos quebrar o sigilo profissional por causa da comunicação social. A análise que fazemos a nível de comunicação social é global, não diz respeito a A, B, C ou D. É global, é uma análise que fazemos de acordo com a experiência que vamos adquirindo ao longo do tempo, e com aquilo que vamos analisando ao longo do tempo. Portanto o sigilo profissional sempre existiu no Ninho e continuara a existir. É fundamental.

Essa gestão do anonimato para com os média pode trazer constrangimentos?

Sim, na medida em que eles querem pessoas a falar na primeira pessoa. E nós dizemos “Não, se querem saber entrevistem os técnicos”. E através dos técnicos podem ter uma informação global do que é a prostituição, do que se passa no sistema prostitucional, a nível do tráfico, enfim, da problemática em geral. Mas não através de uma mulher, nós protegemos as mulheres.

E sente que isso é bem acolhido por parte dos jornalistas?

Não é, não é bem acolhido. Na medida em que já nos disseram que certamente queremos esconder alguma coisa. Percebe? No fundo isto é uma forma de pressão. E a gente diz que não pretende esconder nada, pretende unicamente proteger as mulheres e somos obrigadas a um sigilo profissional, além de que não podemos expor nenhuma mulher a uma situação que é traumatizante, que é recordar todo o seu passado só para terem uma imagem, terem uma voz em directo. Não, de modo algum. Tanto que a Mariana reparou que o filme foi feito com histórias reais, com autorização das pessoas cujas histórias estão ali refetidas no filme, mas foi feito por actrizes.

É da sua opinião que a identificação com um determinado modelo de enquadramento influi de alguma forma na estratégia de comunicação?

Penso que o movimento que se iniciou em 2012 ou 2013, a Rede, penso que têm uma estratégia de comunicação. Dá-lhes muito mais possibilidades de defenderem o que pensam do que uma organização que diz “não, nós consideramos a prostituição uma violência exercida sobre as mulheres”.

E para uma organização que já está há tanto tempo este tipo de serviço, entende que este movimento poderá ser uma vaga, uma tendência ou de facto estamos agora a assistir a alguma coisa diferente, um movimento novo?

Já houve no passado, sobretudo em relação ao proxenetismo do Norte, foi feita uma petição no tempo do Prof. Cavaco Silva, quando era primeiro-ministro, uma petição dos chamados “industriais da noite” para a legalização da prostituição. Agora, esta situação, com organizações que dizem trabalhar directamente com as mulheres, com investigadores que dizem que fizeram investigações nesta área da prostituição, neste caso concreto com as mulheres, afirmarem que elas são muito felizes e é importante dignifica-las tornando a venda do sexo um trabalho.. isto é, para mim, num momento perigoso, na medida em que estamos num momento de crise.. num momento, não, há alguns anos a esta parte numa crise severa, e que pode influenciar o poder político no sentido de taxar esta violência para entrar dinheiro para os cofres do Estado. É uma hipótese que eu coloco, embora iremos fazer tudo o que estiver ao nosso alcance para que isso não venha a acontecer. Mas não é ingénuo, para mim, esta Rede ter aproveitado um momento de crise e de empobrecimento generalizado da população e das famílias, para fazerem reuniões com os grupos parlamentares, com políticos com assento na assembleia, dizendo que a prostituição deve ser considerada um trabalho. Não é ingénuo, para mim. Acho que temos que estar atentos, todos, para que isto não se torne realidade.

De acordo com os inquéritos, foram raras ou poucas as vezes em que as organizações tomaram a iniciativa no contacto com rádios (locais ou nacionais), programa ou estações de televisão e revistas. Como explica este resultado?

Reflecte o desinteresse das pessoas pela realidade e pela situação em que as pessoas estão. Voltamos novamente à questão inicial, eles procuram audiências, não procuram outra coisa. E como procuram audiências e como procuram vender jornais... não é por acaso que há jornais que têm nos classificados ofertas que são aliciamentos diretos para a prática da prostituição. E isso é permitido, quando isso poderia ser considerado um lenocínio ou não. É uma questão também a estudar. Se fizer a análise do conteúdo destes anúncios vê até que há certas situações que parece estar perante uma rede organizada, com o mesmo número repetido para vários anúncios. No fundo a diversidade de oferta a nível de loiras, morenas, gordas, magras, para todos os gostos e feitios.

Da mesma forma, apontam como raras, poucas ou nenhuma as vezes em que foram contactadas pelos mesmos meios. Considera que há falta de interesse de parte a parte?

Olhe, eu penso que para podermos ter uma estratégia de comunicação tínhamos de pensar nela, tínhamos que ter tempo para pensar em como fazer e qual o conteúdo dessa mesma comunicação. E como lhe digo, as instituições vivem com severas dificuldades também, e como nós temos muito que fazer, muito trabalho, isso passa para segundo plano, sem dúvida. Porque não temos tempo para traçar uma linha, traçar e concretizar, a estratégia.. é necessário tempo, é necessária disponibilidade, no fundo pensar sobre as coisas para poder influenciar as pessoas, fazê-las ganhar consciência para uma realidade humana e sensibilizá-las. Nós não temos essa estratégia. Agora se me pergunta se nós fomos convidadas para alguns programas, alguns fomos. Dependendo do jornalista.

A questão aqui prende-se com o jornalista mais do que com a organização?

Não, depende dos jornalistas. Por exemplo o Pedro Freitas fez uma reportagem há alguns anos que foi ótima, foi brilhante, excelente. E a partir daí que reportagens excelentes é que temos tido? Não tenho visto.

Mas há mais contacto das organizações para com os jornais (efectuado e recebido). O que é que diferencia este meio dos outros?

Sim, é natural. Isso acontece. Basta haver uma coisa qualquer e contactam o Ninho para saber a opinião. Eu penso que aí é mais fácil para eles na medida em que não precisam de imagem. E as televisões precisam, querem imagem. Por isso é mais fácil para a imprensa contactar as organizações porque no fundo é uma entrevista por telefone como estamos a fazer, e até mesmo uma rádio porque no fundo é uma voz que aparece, não de uma mulher mas de um técnico. Mas os jornais realmente contactam mais facilmente, sim.

Da mesma forma que as organizações contactam mais facilmente os jornais...

Sim, mas nós não contactamos os jornais. Não temos um contacto direto com os jornais, eles é que contactam mais facilmente o Ninho. Isso acontece, vou-lhe dar este exemplo. Eu fui no dia 3 de Junho entrevistada pelo Luís Osório e eu não pedi nada ao Luís Osório. Não lhe telefonei para ele me convidar para o programa dele. Ele é que telefonou para me convidar para uma entrevista como ele, e é isso que acontece de um modo geral.

O meio usado preferencialmente para o contacto com organizações mediáticas é o envio de um convite ou notificação. O convite/notificação que envia aos média é igual ao que envia, por exemplo, a instituições e/ou ao público em geral?

Não, não, é diferente.

E que cuidados é que há nessa diferença?

A diferença é o sentido de que nós quando mandamos para a comunicação social tentamos sensibilizar para estarem presentes. No fundo, para darem alguma cobertura. E por isso mesmo é diferente do que enviamos para a população em geral.

Quem é o responsável e de que forma se procede a este envio, na sua organização? (hora de envio, contacto de referência ou mail geral do órgão de comunicação)

Quando temos contactos de referência, quando não temos mandamos para a agenda do jornal ou para a agenda do órgão. Eles agendam, pelo menos foi essa a orientação que nos deram, é para aí que nós mandamos. Não conhecemos assim tantos jornalistas que possamos ter contactos privilegiados com eles. Embora tenhamos

alguns, não se pode considerar que sejam contactos significativos em termos de quantidade. Da qualidade sim, da quantidade não.

Não foi possível apurar com rigor se os motivos pelos quais as organizações contactam os média são os mesmos pelos que são contactas. Podia dar-nos a sua opinião sobre este assunto, e apresentar o seu caso?

Nós não contactamos, portanto não lhe posso responder a essa pergunta. É assim, se nós contactássemos e tivéssemos uma estratégia de comunicação seria uma coisa. Não temos. Os motivos pelos quais eles nos contactam a nós são motivos, no fundo, jornalísticos, vou-lhe dar um exemplo: quando foi a questão do cliente na comunidade europeia ser discutida sim ou não a criminalização do cliente, naturalmente que telefonaram de vários jornais para darmos a nossa opinião sobre isso; quando foi a questão de um projecto camarário em que se dizia que iam propor ao presidente da câmara, para subsidiar um bordel, naturalmente que contactaram connosco. Portanto depende das notícias que vão saindo e eles contactam com o Ninho e, penso eu com outras organizações para dizerem aquilo que acham desta situação concreta. [casos específicos]

A maioria das organizações classifica como “baixo” o seu nível de satisfação quanto à forma como os assuntos relacionados com a prostituição são tratados pela comunicação social portuguesa, e metade já sentiu revolta face ao tratamento dado a um tema após contacto com a organização. Na sua opinião, quais os factores que contribuem para estes resultados?

É natural, por isto: às vezes o título, sobretudo na imprensa, o título que dão a um artigo não tem nada a ver com aquilo que a gente disse. Vão buscar uma coisa, enfim, que chama a atenção. E posso dar-lhe este exemplo: eu uma vez dei uma entrevista já não me lembro para que jornal e dizia que nós tínhamos conhecimento e sabíamos que muitas das mulheres que faziam o teste do HIV obrigadas pelo proxeneta, e cujo resultado era negativo, eram vendidas por um preço bem mais elevado. Portanto, este teste que faziam do HIV era no fundo para tornar mais rentável o facto de a mulher, desculpe a expressão, “estar limpa”, não ter HIV. Isto depois aparece no título de comunicação social “Inês Fontinha é contra os testes do HIV”, percebe? Naturalmente que ninguém é contra os testes! E se me perguntar se eu estou satisfeita com isto, claro que não.

A utilização de algumas palavras ou expressões também pode fomentar esta revolta? Por exemplo, a utilização da palavra “prostituta” no título de uma notícia pode justificar alguma desta insatisfação?

Não, para mim o que leva à insatisfação é “trabalhadora sexual”. Nunca utilizei esse termo, no entanto já utilizaram e puseram na minha boca. Nunca utilizei esse termo.

Quanto a esta insatisfação, pode justificar-se pela leveza na abordagem de alguns assuntos?

Não vejo uma relação direta. Porque é assim, uma coisa é tratar um assunto de um forma ligeira, ou muito superficial, e até dizendo nas entrelinhas que a prostituta pode querer e está lá para ganhar muito dinheiro, etc etc... isto para mim é ligeireza. Outra coisa é pôr um título apenas para vender papel, para mim são coisas diferentes. Não deixa de ser ligeireza na mesma, mas uma coisa é intencional no sentido de que quero é vender o papel que tenho aqui para vender. E muitas vezes os títulos não são postos pelo jornalista que fez a entrevista, são postos pelo editor.

E o que poderia melhorar esta relação, por ambas as partes?

Eu penso que se houvesse possibilidade de os jornalistas terem disponibilidade para reunirem com as organizações e falarmos abertamente sobre estes assuntos poderia ser um caminho. Poderia ser.

Considerando que os média informativos são muito importantes na produção da opinião pública, como justifica que a maioria das organizações (44%) se considere uma “fraca” fonte de informação? O que justifica e qual o impacto?

Nós não nos consideramos uma fraca fonte de informação, nós temos a informação de anos e anos de trabalho directo com mulheres e raparigas e famílias que estão em situações de carência a diversos níveis, e neste caso concreto de jovens e mulheres que estão em situação de prostituição, que sofreram durante longos anos uma situação de violência... isso temos, a informação. A informação que nós temos é que não lhes interessa. É diferente.

Peço-lhe que descreva as principais características que compõem a imagem mediática associada à prostituição.

Não, de modo algum. Repare que quando vê uma mulher na comunicação social ela diz que se sente muito bem, que escolheu, que está porque quer, ganha muito dinheiro. Dá uma imagem cor-de-rosa de si própria, e uma imagem cor-de-rosa da sua própria situação. Quem trabalha no quotidiano e no directo sabe que essa imagem é inexistente. Portanto, não têm nada a ver, a informação e o acompanhamento. Quem faz o acompanhamento de mulheres que estão numa situação de prostituição sabe que é bem diferente da imagem que passa na comunicação social. Não tem nada a ver, nada a ver. Até se intitulam as meninas de programa, que ganham num fim-de-semana não sei quantos milhares de euros, que vão com o sr não sei quantos a um local qualquer... parece que estamos naquele filme da *Pretty Woman*, quando isso não corresponde a realidade das mulheres que nós acompanhamos.

E essa realidade glamourizada das acompanhantes é fundamenta com quê?

Porque interessa. Vamos novamente aos classificados. Se reparar, dizem lá que “sou estudante universitária” ou “sou licenciada nisto” e essa imagem passa. No fundo e representação social, tenta-se inculcar na clientela, e isto é como objecto de marketing, direccionado para o cliente, todo este glamour de “podes ter uma menina que é licenciada”, “podes ter uma menina que até é licenciada e trabalhava numa multinacional e que decidiu e que quis ser prostituta porque ganha muito mais dinheiro”, uma rapariga que quase pertence à tua classe social. E essa imagem passa e venda, e entra na mente colectiva. Por isso é que muita gente diz que há dois tipos de prostituição: a prostituição forçada e a prostituição livre. Quando nós aqui nunca encontramos nenhuma situação que fosse de escolha e de liberdade. Nunca. Eu vejo organizações que defendem a igualdade entre homens e mulheres defenderem a legalização e a prostituição como um trabalho. Isso para mim é chocante, para mim não faz sentido uma organização que diz defender as mulheres querer considera-la como um objecto de prazer do homem. E isto é a situação mais ofensiva e mais desigualitária, no fundo, é transformar a mulher em objecto para prazer do homem. Isto é um discurso, para mim, incoerente e que me faz confusão como é que uma organização que diz defender os direitos das mulheres entra neste caminho de dizer “não, é um trabalho como outro qualquer”. De modo que não sei se este debate a nível da comunicação social teria interesse ou não.

A participação no debate mediático de temas relacionados com a prostituição é uma prioridade para o seu projecto/organização?

É uma prioridade neste momento. Porque nós estamos a assistir, com este empobrecimento, a um aumento de recurso à prostituição para ter dinheiro para a sobrevivência que é uma coisa que doi. É profundamente... é uma ideologia de empobrecimento das pessoas. E ainda por cima vão retirar a quem menos tem. E naturalmente isto tem levado mulheres a recorrerem à prostituição para alimentarem os filhos. E claro que isto era um debate urgente, sem dúvida nenhuma, agora quem é que está interessado nesse debate? Tenho dúvidas que estejam interessados.

Entrevista 2

Poderia apresentar os principais valores ou orientação do projecto/organização que representa?

O MAPS tem na sua missão/visão/valores algo muito bem definido e muito escrito. Não se distingue em nada o trabalho sexual de outras problemáticas. A responsabilidade social, a justiça social, a unidade, o profissionalismo, a dedicação, a cooperação, a promoção da igualdade de direitos, basicamente são os valores fundamentais, sendo que esses valores tanto servirão para a problemática do trabalho sexual ou prostituição, como para as outras problemáticas.

A maioria dessa população é do sexo feminino, masculino ou transexual?

A maioria é feminino. Continua a ser maioritariamente trabalho sexual feminino, mas temos verificado um aumento de transexuais. Que em 2012, eu sempre fiz parte das equipas de apoio social directo, ou seja, a intervenção no terreno junto de trabalhadores sexuais, eu faço turnos, e desde 2012, ou seja, neste pequeno período, verificámos um aumento do trabalho sexual masculino e do trabalho sexual com transexuais.

Entende a prostituição como uma forma de violência de género? Porquê?

Não, neste momento não. Uma violência de género não me parece ser o termo correcto. Trabalho sexual é para nós visto como uma actividade profissional, ainda não legalizada, acabaremos por dizer que sim, de facto é maioritariamente do sexo feminino, as profissionais acabam por ser maioritariamente do sexo feminino, mas não entendemos como uma violência de género.

Pensa que a base ou cariz religioso de uma organização condiciona (ou não) a sua intervenção?

Da nossa parte? Ah, nós não detectamos. Eu vou ser sincero, até posso ferir algumas susceptibilidades de alguns parceiros, mas posso-lhe dizer que o único entrave que nós detectamos em termos de cariz religioso terá a ver com as autoridades policiais de Loulé que têm um capelão como chefe da esquadra. E realmente há uma certa perseguição junto dos trabalhadores s, aí sim denotamos isso, é um facto. Mas de resto não. Agora é um facto que não se envolvem, as organizações que têm cariz religioso envolvem-se muito pouco com esta problemática.

Quanto à quantidade e formação dos recursos humanos do seu projecto/organização, julga que estão adequados às necessidades?

Nesta fase estão ajustados.

Tem ou pondera ter um/a profissional dedicado exclusivamente à comunicação?

Sim, no meu ponto de vista sim. Eu sou um defensor da comunicação, interna e externa. Quer para parecerias, quer para público alvo, quer internamente. Ou seja, a comunicação é a base do nosso trabalho. E sim, fazia todo o sentido, se o pudessemos suportar financeiramente, ter um profissional nessa área.

Mas neste momento não têm?

Não, acabamos por ser nós, dentro das nossas poucas competências e da nossa experiência que são 22 anos, a trabalhar a questão da comunicação.

Nos inquéritos (a que sua organização também respondeu) a maioria das organizações identifica-se com o enquadramento político-jurídico regulador. Qual o seu comentário? Revê esta identificação no panorama de debate mediático nacional?

Sim, acabamos por nos identificar. Eu creio que a comunicação social manipula, é uma formação de massas manipuladora. Ou seja, quando está em voga um assunto fala-se, discute-se e há uma certa representação da realidade. Quando já não é voga, não se fala. E nem sempre são transparentes a 100%, nem sempre acabam por reflectir a realidade. Ou seja, quando se falou de trabalho sexual há uns tempos acabou por não se reflectir sobre o que é que as organizações acham. E nesse aspecto acaba por haver aí uma lacuna muito grave porque mais ninguém intervém junto do trabalho sexual a não serem as organizações, e se calhar era necessário ouvirem-nas. E deviam, como meio de transformação social, ter essa obrigação. E por vezes acaba por falhar.

A estratégia de comunicação do seu projecto/organização é definida/delineada por quem? E aprovada?

A direcção, no seu plano estratégico acaba por definir de que modo é que vamos planear a comunicação no ano seguinte, onde é que devemos canalizar a nossa informação. E eu, como coordenador geral, faço toda a articulação, tudo o resto.

Pela análise dos inquéritos, concluiu-se que há um baixo (ou inexistente) investimento em publicações individuais que não flyers (refiro-me a newsletters, folhas informativas, revista ou jornal da organização). Como explica este resultado?

Primeiro que tudo não há dinheiro. As organizações vivem com apoios, com rubricas bem definidas. Posso dizer-lhe que iniciámos recentemente um projecto financiado pela Direcção Geral de Saúde, vocacionado para o trabalho sexual, que substituiu o projecto Agir para o projecto Madalenas e foi cortada a rubrica da divulgação. Ou seja, os folhetos, os flyers, foram cortados. O que vai exigir financeiramente, muito de nós. Primeiro que tudo então falha-nos isso, o dinheiro, o apoio financeiro externo e a nossa capacidade para depois canalizar verba para a comunicação. Depois falham-nos profissionais porque nós somos leigos, nós não temos formação na área para fazer comunicação. Falham-nos os instrumentos adequados, as newsletters, os boletins informativos, jornais, as revistas. Falham-nos os apoios porque apesar de tudo fazemos esforços. Tentamos articular junto de entidades públicas para nos fazerem algum apoio, sobretudo na impressão. Hoje em dia o mailing é um meio de

comunicação que funciona, não há papel, não há custos e funciona. Nós tentamos ser um bocadinho criativos, em momentos de crise e de falta de financiamento temos que ser criativos, e nós somos muito criativos no sentido de apelar à parceria com algumas entidades públicas e privadas para colmatar essa nossa necessidade. E temos sido nós, com os nossos conhecimentos a fazer. Temos uma direcção muito versátil que acaba por trabalhar também na imagem e na divulgação de alguns relatórios mais cuidados, de forma a divulgar. Mas é tudo fetio à base de mailing, por falta de financiamento, acima de tudo.

As tomadas de posição pública através dos média são pertinentes na sua organização? Em que contexto, e porquê?

Primeiro que tudo a visibilidade, o Maps vê o seu trabalho feito no seu público alvo mas vê o seu reconhecimento junto da população através da sua publicidade, passo a expressão. E aí, sem dúvida, a comunicação social mostrando o MAPS na sua posição dá-lhe visibilidade. Depois, teria o benefício acerca do reconhecimento da sua posição e para a comunidade saber que existe este recurso, e o que esperaria desta organização. Seriam os dois maiores ganhos, mas poderíamos ter todos os outros inerentes a uma maior visibilidade. E com certeza uma participação muito mais activa na sociedade civil, porque nós com o peso na comunicação social .. os nossos parceiros do GAT têm um peso na comunicação social que nós não temos! Têm figuras que assim o permitem, e estão em lisboa, estão centralizados.

Segundo resultados dos inquéritos, o meio utilizado com maior regularidade para divulgação e promoção de actividades e/ou tomadas públicas de posição é o Facebook. Parece-lhe o meio mais adequado?

O que justifica este resultado? Justifica-se facilmente porque o facebook é um fenómeno da comunicação actualmente. Hoje em dia existem e-learning através de fb, é uma ferramenta para trabalhar e para nós houve também essa oportunidade. O fb têm um visibilidade mundial, mais até que os webstites, têm mais visibilidade, consegue chegar mais depressa às pessoas. É muito mais fácil a actualização do que uma página da internet e é um local onde aquele grupo e mais alguns que estão próximos desse grupo vão tomando conhecimento. Dá a conhecer as posições da nossa organização, no caso do maps é um meio de sensibilização. É uma ferramenta apetrechada de fotografias das nossas actividades, foi uma maneira de trazer as pessoas ao maps.

Na sua organização por quem é gerida essa página e segundo que linhas de orientação?

Há apenas 3 gestores. A presidente, vice-presidente e eu. Por regra, quem faz a gestão, pela disponibilidade, sou eu.

Que feedback recebe da interactividade com o público em geral através das redes sociais ou do site (se tiver)?

Sempre muito positiva. Vê por escrito, nos gostos, que são muitos, e as partilhas. Existe muito reconhecimento do nosso trabalho, através dos comentários que surgem. Mensagens, inclusive do nosso público-alvo, que acede à página e através de mensagem têm havido aqui algum reconhecimento. Ontem articulei com uma ONG da república da macedónia, portanto é também um meio para conseguirmos contactar com outras organizações.

E de jovens? Têm algum retorno? O facebook é uma plataforma a que os jovens têm muito acesso. Notam que têm mais jovens a conhecer o maps?

Sim, sem dúvida. Temos conseguido chegar mais depressa a essa população, jovem, através do nosso fb e da estratégia que adotámos, a questão da fotografia, da campanha preservativa-te, que é uma campanha jovem, descontraída e pouco formal. Inclusive fazemos intervenção nas escolas e tiramos fotografias para a campanha.

O seu projecto/organização têm algum princípio de confidencialidade? Como é feita a gestão do anonimato em contexto autopromoção pública (mediada e não-mediada; ex. o que não publicaria no facebook; o que não enviaria ao média)?

A protecção de dados, de acordo com a legislação existente e em vigor. Uma das coisas que é barrada, e que já aconteceu, termos por exemplo estagiárias que fizeram actividades para o público e envolveram os nossos utentes e por desconhecimento ou por inexperiência acabaram por publicar no facebook. Não nosso, mas no delas, imagens dos nossos utentes. Nós barrámos isso, têm que ser com consentimento dos utentes. Nos barramos a informação confidencial dos nossos processos, dos casos. E tudo o que seja informação confidencial interna do maps nunca se vai publicar. E ainda existe outra questão, quanto a menores, pedimos sempre autorização aos encarregados ou aos pais a autorização para divulgar as fotografias.

Na sua opinião, a identificação com um determinado modelo de enquadramento político-jurídico tem alguma influência na estratégia de comunicação de um projecto/organização? De que forma?

Sim, acaba por influenciar, sem dúvida. Mas creio que aqui é para os dois lados. Mas a comunicação também faz lobby sobre os modelos. Mas creio que este modelo acaba por ser influenciador na comunicação.

Pensa que as organizações que se identificam com a regulação têm mais facilidade em expor-se mediaticamente?

Sim, eu creio que sim. Para já porque terá a ver com a tal criação do lobby. Ou seja, por quererem participar neste movimento de mudança acabam por querer mostrar-se. Não têm qualquer receio em ficar na retaguarda. E há muito mais à-vontade na exposição para quem acredita no modelo regulador.

De acordo com os inquéritos, foram raras ou poucas as vezes em que as organizações tomaram a iniciativa no contacto com rádios (locais ou nacionais), programa ou estações de televisão e revistas. Como explica este resultado? Da mesma forma, apontam como raras, poucas ou nenhuma as vezes em que foram contactadas pelos mesmos meios. Considera que há falta de interesse de parte a parte?

No caso do maps temos tido bastantes contactos com rádios e televisões locais. Tentamos sempre procurar fazer essa articulação quando é necessário. O contrário não tem acontecido muitas vezes. Procuraram-nos, posso dizer, duas vezes. O que é que justifica.. da parte das organizações eu não sei qual será o caso geral, mas no nosso caso gostaríamos de ter alguma visibilidade junto da comunicação social. Mas se a maioria não procura será porque não tem disponibilidade, por não ter estratégia, sem dúvida, e se calhar por já ter desistido da comunicação social. Por outro lado, a comunicação social procura quando está em voga. Se o assunto está em voga, faz uma pesquisa. Se não está em voga, não é assunto.

E o que faz como que o assunto esteja em voga?

É um conjunto de factores. Pode ser um acontecimento que despolete aqui tudo, podem ser as mães de bragança ou de viseu... acaba por haver um acontecimento e um órgão de comunicação com peso a fazer uma notícia. E depois cria-se aqui o efeito funil, vai alargando. Pode ser também uma questão transversal, não só em Portugal, mas uma tendência que passe por outros países. Às vezes tem que ver com a sazonalidade, estamos agora nas notícias do verão e do calor e dos fogos.. eu acho que é um conjunto de factores.

Como explica a diferença para o contacto (efectuado e recebido) com os jornais?

Creio que os jornais têm mais espaço, ou seja, a rádio e a televisão são mais limitados no conteúdo. O jornal tem muito conteúdo e mais espaço. E há outra questão que é a regionalização, há muito mais jornais regionais, e os nacionais têm um espaço para zonas de região. Temos contactos com o correio da manhã, é muito fácil para nós, porque está regionalizado.

Pelo que se pôde apurar, o meio usado preferencialmente é o envio de notificação ou convite. O convite/notificação que envia aos média é igual ao que envia, por exemplo, a instituições e/ou ao público em geral?

É igual, fazemos o mesmo tipo de informação. Não diferenciamos o tipo de linguagem. Quando fazemos uma informação para o exterior, para parceiros ou para a comunicação é feita da mesma forma. Não usamos o modelo de nota de imprensa, usamos um modelo de informação e segue igual.

Não foi possível apurar com rigor se os motivos pelos quais as organizações contactam os média são os mesmos pelos que são contactas. Podia dar-nos a sua opinião sobre este assunto, e apresentar o seu caso?

Provavelmente tem que ver com cada organização. Se não tiver visibilidade é isso que procura nos media, se tiver não é isso que procura. Para o maps creio que seja a visibilidade, porque a visibilidade traz muita coisa. Traz apoios financeiros, traz reconhecimento, traz envolvimento. Tudo o que o maps quer, ou outra organização. Penso que tem que ver com isso.

A maioria das organizações classifica como “baixo” o seu nível de satisfação quanto à forma como os assuntos relacionados com a substituição são tratados pela comunicação social portuguesa, e metade já sentiu revolta face ao tratamento dado a um tema após contacto com a organização. Na sua opinião, quais os factores que contribuem para estes resultados?

Tenho muito receio do que digo nos media e compreendo essa revolta. Muitas vezes compromete as organizações e as pessoas que falaram ou que disseram algo. Que até podem ser posições pessoais porque a conversa flui. E pelo mediatismo, porque se entra no caminho do popular. Acaba por ser desagradável.

Se for solicitado, o maps apresenta algum utente?

Terá que ser com consentimento, ou seja, já houve contactos para fazerem equipas de rua connosco, tivemos que barrar, porque para isso precisamos de um consentimento adequado e nas equipas de rua podemos encontrar pessoas novas. Se for um caso de pessoas com quem já temos articulação, teremos de pedir a devida autorização e se a pessoa assim o entender, será. Mas sempre dentro da nossa declaração de protecção de dados.

O que gostaria de ver melhorado? Por que meios e de que forma podem as organizações contribuir? Qual o papel dos jornalistas/organizações neste processo?

Se houvesse aqui um recurso, um gabinete de comunicação, sempre preparado para fazer essa articulação seria um ganho, sem dúvida. Por outro lado creio que também uma boa representatividade, criar espaço, porque há sempre espaço para economia e desporto e para o social só a notícia do dia.

Considerando que os média informativos são muito importantes na produção da opinião pública, como justifica que a maioria das organizações (44%) se considere uma “fraca” fonte de informação? O que justifica e qual o impacto?

Eu considero que não, o maps é uma grande fonte de informação. Nesse sentido eu considero que o maps tem trabalhado muito. Hoje ainda me deparo com situações em que os media chegam primeiro e mais depressa. Há uma abrangência enorme.

Esse imediatismo e a rapidez pode prejudicar o tratamento?

Claro, a rapidez acaba por ocultar ou fazer humanamente a selecção daquilo que transmite. E isso pode valorizar uma coisa que seja menos valorizável, e desvalorizar outras mais importantes.

Enquanto fonte de informação, que tipo de informação pretende o seu projecto/organização apresentar (por iniciativa própria) aos média? E que tipo de informação lhe é pedida?

Número, números. Quantas pessoas foram abrangidas? Aumentou? Diminuiu? É sobretudo isso, não querem saber da realidade do maps como organização, não querem saber dos casos de sucesso, querem saber sobretudo das dificuldades, das ameaças. Querem saber números. E vou ser popular, mas querem saber da desgraça. Acaba por ser isso o que vende.

Esses casos de sucesso podiam ser valorizados? As organizações estão disponíveis para colaborar nesse sentido?

Com o devido consentimento da pessoa sim, e através de que metodologias aplicámos, como é que fizemos. O caso de sucesso não é nosso, é de cada pessoa, a pessoa é que teve sucesso não fomos nós.

E porque é que isso não é transmitido?

Porque o que vende é a desgraça. São muito poucas as reportagens que vemos sobre coisas positivas, a maior parte do que vemos são coisas pouco positivas. É isso que a população, de forma geral, quer. Porque nós temos o feedback deles e delas e sabemos concretamente o que se passa, porque é que estão ali, se querem estar ali ou se não querem estar ali, que ameaças há, que problemas têm... ou seja, as organizações deveriam ser sempre ouvidas. O que é que podem fazer? Dificilmente lhe posso dar uma resposta a isso. Não podem muito mais do que fazer, que é o seu trabalho. A comunicação social é que deve procurar quem deve ser ouvido.

Há algum recurso de linguagem que vos cause problemas?

Só calão. Nós assumimos o termo trabalho sexual porque reconhecemos como trabalho. Não ficamos melindrados por ser dito prostituição. É um termo, que nós próprios já usámos. Assumimos nós o termo trabalho sexual. Se foi descontextualizado, não sei. A não ser que seja.. usa-se o termo prostituição com uma conotação

menos positiva, como se fosse uma coisa muito underground, muito má. Mas acho que esses dois termos têm sido bem respeitados.

Peço-lhe que descreva as principais características que compõem a imagem mediática associada à prostituição.

As que aparecem nos media têm botas, mini-saias e só se vê da cintura para baixo. Isto é a prostituta dos media. Ou provavelmente a dançarina de bar que faz strip e que muitas vezes não é dançarina. No caso do maps não, temos prostitutas de diferentes perfis. Temos trabalhadoras sexuais que estão numa situação de carência económica, têm um aspecto de senhora tradicional. Ou seja, aqui não há um único perfil. É sempre com um ar decadente, com as botas e as pernas à mostra e as meias rasgadas. E isto já não é a realidade do trabalho sexual em Portugal. Passam a imagem de que a trabalhadora sexual se está a fazer trabalho sexual é porque precisa de comer, porque precisa de consumir, porque vem de uma família disfuncional, tem problemas comportamentais, está em tráfico humano, e a maioria das vezes não é essa a realidade.

Julga que a sua identificação com um determinado modelo de enquadramento político-jurídico (qual) tem alguma influência na visibilidade mediática da sua organização? Que outros factores contribuem/prejudicam a mesma?

Sim, as redes são um meio de transporte da visibilidade da instituição.

A participação no debate mediático de temas relacionados com a prostituição é uma prioridade para o seu projecto/organização?

Sim, este ano focámo-nos muito na visibilidade no tema do trabalho sexual. Investimos muito, e no VIH/Sida-prevenção, sobretudo porque se desinvestiu em Portugal nos últimos 2/3 anos e verificámos um aumento assustador. Voltámos a falar disto, voltámos a ter vontade de falar nisto. E o trabalho sexual, que tem que ver com a rede de organizações, há uma vontade em rede de trabalhar este assunto seriamente e levá-lo mais além daquilo que já está. São estes os dois grandes temas centrais. São prioritárias sem serem incompatíveis. Acabam por ser complemento, porque para comunicar precisamos de ter trabalho, que está com os nossos utentes, e para podermos providenciar uma melhor serviço aos nossos utentes a comunicação acaba por trazer qualquer coisa mais. Primeiro que tudo estão os utentes, e é verdade. Mas temos uma panóplia de outras coisas que têm que ser trabalhadas e a comunicação é uma delas. E não incompatibiliza, há tempo para trabalhar com os nossos utentes e tempo para a comunicação.

Entrevista 3

Poderia apresentar os principais valores ou orientação do projecto/organização que representa?

Primeiro não sei exactamente todas as que existem a nível nacional, conheço por exemplo o Ninho em Lisboa... o que nos distinguiu, na altura, no Porto é que fomos o primeiro projecto profundamente vocacionado para as questões desta população, posteriormente foi seguido por outros projectos como a Autoestima e a Liga Portuguesa de Profilaxia Social, com a viatura VAMP. Desde '97 que estamos com a porta aberta, e para além desta porta aberta e de ter uma proposta diferenciada, porque tem um trabalho de comunidade e um trabalho de rua, em profunda articulação entre a rua e o centro e para além disso faz trabalho indoor. Isto é, parece-me que tenta como de uma forma muito abrangente, chegar a todas estas populações quer mais expostas quer menos expostas, quer em rua, quer em pensões, levando até elas, numa primeira instância, esta possibilidade de perceberem enquanto pessoa, enquanto actividade, como é que se pensam a elas próprias enquanto pessoas e enquanto profissionais. Levar até estas pessoas maiores níveis de empoderamento.

A maioria dessa população é do sexo feminino, masculino ou transexual?

A maioria é claramente feminina. A população transexual tem vindo a aumentar porque há, por um lado, as questões têm tido um maior apoio por parte da área da saúde, o que tem permitido de uma forma, digamos

assim, mais consistente, mais estabilizada, as pessoas estarem na rua. Se ainda que muito estigmatizadas pelo menos com algum apoio, com algum suporte.

Entende a prostituição como uma forma de violência de género? Porquê?

O que chega até mim de cada uma das pessoas é completamente distinto, isto é, pessoas que estão há muito tempo na rua continuam a considerar que é profundamente violento, é uma actividade violentíssima, por razões que têm a ver com este desnivelamento de poderes que têm a ver com o género, que ainda se apresenta como uma questão de género; mas há outras vozes que começam a afirmar que isto se poderá apresentar como um trabalho e ao apresentar-se como um trabalho proposto por mulheres em que as mulheres têm o controlo sobre si próprias e sobre esta actividade poderá inverter as questões de género. Ou seja, poderá ser uma afirmação de género de uma forma positiva.

Pensa que a base ou cariz religioso de uma organização condiciona (ou não) a sua intervenção?

Não, o cariz religioso.. isto é, a instituição pode ter por base ou por suporte uma entidade de cariz religioso mas as pessoas, e eu conheço algumas instituições, como as Oblatas, como as Adoradoras, têm um olhar igual ao de muitos técnicos, isto é, se poderá haver uma filosofia de base penso que os técnicos ultrapassam. E quando fazem abordagens não são de cariz moralista.

Quanto à quantidade e formação dos recursos humanos do seu projecto/organização, julga que estão adequados às necessidades? Tem ou pondera ter um/a profissional dedicado exclusivamente à comunicação?

Enquanto profissional pago, não acredito. Isto é, a APF nacional, e a APF Norte é que tem responsabilidade sobre este projecto, em Lisboa chama a si as questões da comunicação, sejam elas no que tem a ver com a sexualidade, sobre as diferenças de género, isto é, chama a si toda a comunicação. Portanto eu penso que, neste momento, a APF nacional não tem recursos para ter uma pessoa dedicada à comunicação só afeta ao projecto Espaço Pessoa.

Quais as principais problemáticas que considera associadas à prostituição? As mesmas têm eco na comunicação social (ex. na construção mediática da imagem da mulher que se prostitui?)

Acima de tudo vejo pobreza, exclusões, vejo muita situação em que há algum empobrecimento das relações sociais, isto é o que eu vejo na rua. Não posso generalizar mas também não posso dizer.. as pessoas que vêm para a rua e fazem disto uma actividade diária, vêm de manhã das províncias ou de fora do porto, e permanecem até ao fim da tarde e regressam a suas casas, estas pessoas não nos trazem até nós a prostituição como um problema, mas sim esta actividade ocasional ou mais ou menos regular como forma de dar resposta ao empobrecimento.

Nos inquéritos (a que sua organização também respondeu) a maioria das organizações identifica-se com o enquadramento político-jurídico regulador. Qual o seu comentário? Revê esta identificação no panorama de debate mediático nacional?

O que aparece nos media eu penso que é muito neste sentido. Há algumas instituições, e estão profundamente identificadas, que vão apontando neste sentido, na necessidade alguma regulamentação, de alguma regulação; posso perceber que algum número elevado, até muito residual, de pessoas que estão na rua que gostavam de ver a actividade regulada. Isto é muito mais cabeça dos técnicos, isto é muito mais dos técnicos, de alguns técnicos de algumas instituições, muito mais do que os próprios a dizerem isto sobre a própria actividade. Se for comigo à rua e fizer trabalho de campo entre o que é verbalizado “ah sim, deve ser entendido como um trabalho” mas a partir dali como é que podia ser entendido como um trabalho e como é que isto pode ser feito, e se elas se entenderiam depois como trabalhadoras sexuais de uma forma regulada, ao abrigo de uma lei, não têm a certeza disto. É algo muito verbalizado “sim, eu faço o meu trabalho e isto é um trabalho”, outra coisa é “quero que seja entendido como um trabalho com as vantagens e também as contrapartidas e as obrigações”. São coisas diferentes.

Pela análise dos inquéritos, concluiu-se que há um baixo (ou inexistente) investimento em publicações individuais que não flyers (refiro-me a newsletters, folhas informativas, revista ou jornal da organização). Como explica este resultado?

Não há tempo, depois disso representa algum dinheiro. Mas essa não é a história da APF, a história da APF é de filmes, de documentários, há uma newsletter, há uma revista, há uma série de documentação para além daqueles flyers que são da divulgação do projecto.

As tomadas de posição pública através dos média são pertinentes na sua organização? Em que contexto, e porquê?

Eu não sei exactamente, mas quando há um acontecimento, quando há um encontro, quando há jornadas, quando em determinado momento julgamos que aquele grupo tem necessidade de dar visibilidade a uma opinião.

Poderia dar-me um exemplo prático?

Nós podemos dizer que continuamos a considerar que existe algum (?) de trabalho ao nível de indoor e que isto seria importante fazer alguma informação que chegasse até estas pessoas que estão profundamente isoladas, estão muito fechadas, têm uma visão muito pouco empoderada sobre o trabalho que estão a realizar e onde poderão aceder para terem melhores níveis de contactos sobre si próprias.

Segundo resultados dos inquéritos, o meio utilizado com maior regularidade para divulgação e promoção de actividades e/ou tomadas públicas de posição é o Facebook. Parece-lhe o meio mais adequado? O que justifica este resultado?

Foi uma coisa muito recente, na qual não há investimento quase nenhum. Foi criada uma página para dar a conhecer, o facebook apresenta-se como uma rede extensa, alargada, em que de alguma forma acaba por ir parar à mão de toda a gente, não sei se esta utilização têm vantagens para a toda mas esta não é claramente a nossa via de comunicação nem de visibilidade da prostituição enquanto actividade. Preferimos jornais, notícias, rádios, alguma coisa em que houvesse interacção entre o técnico, o jornalista, o utente e a pessoa que está na actividade.

Que feedback recebe da interactividade com o público em geral através das redes sociais ou do site (se tiver)?

Eu penso que é positiva, no sentido em que as pessoas quando lêem sobre isto tomam conhecimento e contacto com realidades e vem até elas um conhecimento diferenciado daquilo que imaginam, sobre algumas actividades há sempre ideias, há estereótipos, há muitas fantasias portanto quando é noticiado quando tem voz própria quem está na actividade ganha outra dimensão e outro respeito.

O seu projecto/organização têm algum princípio de confidencialidade? Como é feita a gestão do anonimato em contexto autopromoção pública (mediada e não-mediada; ex. o que não publicaria no facebook; o que não enviaria ao média)?

Não, podemos não revelar o nome das pessoas e quando pedem para contactar alguém eu vou dizer que vão falar com a Mirita que não é Mirita nenhuma, e vou perguntar à Mirita se está disposta a apresentar-se e em que circunstâncias. Agora não há qualquer tipo de obstáculo nem de sigilo ou anonimato que não seja este, que é perceber que algumas pessoas não querem ver expostos os nomes. Mas só neste sentido.

Em termos de imagem e de depoimento, se solicitado pelos meios de comunicação e autorizado pela pessoa em causa...

Colaboramos, de imediato.

E o barramento dessa informação podia resultar em quê?

Resulta em desinformação, resulta em desconhecimento, resulta em desvantagem para as pessoas que estão na actividade.

Há algum recurso de linguagem que reprovem?

Não. Muito embora a questão do trabalhador sexual no qual as pessoas se acomodam de uma forma mais tranquila, e nesse sentido sim. Isto é, se consegui chegar ainda que isto não esteja muito generalizado, mas não penso que o problema esteja aí. Prostituta não é uma coisa que seja desmeritória.

O preconceito desaparece pelo uso?

Mais que a palavra, a forma como é dita e como se encaixa em determinado contexto é que é diferenciador.

Na sua opinião, a identificação com um determinado modelo de enquadramento político-jurídico tem alguma influência na estratégia de comunicação de um projecto/organização? De que forma?

Sim, acho que sim. Tudo o que exista que resulte nalguma mudança têm impacto, naturalmente.

De acordo com os inquéritos, foram raras ou poucas as vezes em que as organizações tomaram a iniciativa no contacto com rádios (locais ou nacionais), programa ou estações de televisão e revistas. Como explica este resultado?

Não. Muitos jornalistas querem a sensação, a notícia sensação, a notícia de curiosidade, a noticiuzinha e não esta coisa mais de fundo. Foi morta, foi espancada, foi violentada, isto tem a ver com a violência sobre, e isto vende. E as pessoas também começam a perceber isto, que os jornais querem falar com 1, 2, 3 4 pessoas, ir para a rua filmar quando as pessoas não querem ser filmadas, e insistem em filmar primeiro de costas, depois de frente, depois de baixo, e em determinado momento a história é que sempre que vêm à rua querem ver caras e as pessoas não querem ser filmadas. E fica uma coisa complicada.

Como explica a diferença para o contacto (efectuado e recebido) com os jornais?

Porque se pede para filmar, pede-se para mostrar a cara. É uma coisa mais nacional, tem impactos diferentes. E as pessoas sabem que têm impactos diferentes, que o vizinho e a vizinha e tudo vai saber, e tem consequências diferentes, tem impactos diferentes na vida das pessoas.

Quanto aos meios que são utilizados no contacto com os meios de comunicação, nota-se que ferramentas como a assessoria mediática ou o press-kit não são, na maioria, utilizados. O que justifica, e que impacto poderá ter, este resultado?

Eu penso que é feito através de uma agência, no dia anterior, é dado a conhecer, e conseguem divulgar para todos. Primeiro o email, segue para todos. Depois há convites muito específicos, mas o que estava a tentar dizer era que há entidades que divulgam notícias aos jornais, e nós por essas agências enviamos os comunicados de agência.

Não foi possível apurar com rigor se os motivos pelos quais as organizações contactam os média são os mesmos pelos que são contactas. Podia dar-nos a sua opinião sobre este assunto, e apresentar o seu caso?

Os meios de comunicação contactam quando acham que a notícia que vão fazer vai vender. E as instituições contactam quando acham que aquilo que está a acontecer é de importância para o público-alvo, em primeira instância, e ao ser para o público-alvo poderá ter reflexos no resto da população.

A maioria das organizações classifica como “baixo” o seu nível de satisfação quanto à forma como os assuntos relacionados com a prostituição são tratados pela comunicação social portuguesa, e metade já sentiu revolta face ao tratamento dado a um tema após contacto com a organização. Na sua opinião, quais os factores que contribuem para estes resultados?

Explica-se que a partir de uma entrevista extensa o jornalista, e com todo o direito depois de ter pedido a entrevista, selecciona aquilo que considera que é importante. E muitas vezes existe uma grande discordância e muito pouca coincidência entre o que a instituição considera que é importante para os utentes e para a população em geral e o que o jornalista considera importante e que aparece noticiado. Às vezes os enfoques são muito distantes do que as instituições pedem e consideram importante.

Como se explica essa diferença de enfoques?

Há uns que estão muito mais informados e procuram a informação antes. E há jornalistas que, menos informados, fazem informação sobre todas as áreas. Há bons e maus profissionais como em todo o lado. Há bons e maus a fazer notícias sobre prostituição, há bons e maus a fazer notícias sobre automóveis. Como um técnico, há técnicos bons e maus a intervirem, e tudo aquilo que estou a dizer não quer dizer que seja bom.

O que gostaria de ver melhorado? Por que meios e de que forma podem as organizações contribuir? Qual o papel dos jornalistas/organizações neste processo?

O que nós temos feito, o que a APF fez, e que consideramos importante para uma problemática associada à questão da prostituição, da exploração sexual pelo tráfico foi fazer formação para jornalistas.

Considerando que os média informativos são muito importantes na produção da opinião pública, como justifica que a maioria das organizações (44%) se considere uma “fraca” fonte de informação? O que justifica e qual o impacto?

Remete para uma questão que referi à pouco, de quando são feitas entrevistas e o jornalista retira aquilo que considera que é importante. As pessoas não vêm isso reflectido. De uma entrevista de uma hora aparecem umas linhas em que o jornalista elencou frases, muitas vezes descontextualizadas, elencou os assuntos que considerou importantes, com todo o direito, naturalmente. Mas depois também há direito à reacção.

A campanha da rede pelo trabalho sexual, criou espaço ou foi um caso isolado?

Eu penso que a ideia é de fazer baixar a todos enquanto assunto de atenção. Agora, volto a dizer, penso que não raras vezes, apenas uma ou outra instituição ou um ou outro estudioso, quer trazer para o debate social. E não tenho a certeza de que isto seja um assunto que interesse a toda a gente. Eu penso que tudo está pronto para entrar no debate publico, mas não tenho a certeza de que seja prioritário. Para que fosse prioritário as organizações teriam que elencar e perceber de entre a população a que dão assistência como é que esta população se mobiliza e como é que se expressa relativamente a estes assuntos. E isto penso que não está feito. Acho que isto é uma coisa que vem de cima e não de baixo. Mas não me parece que isto venha da base, do grande interesse dos próprios. É um interesse de algumas pessoas que estão no todo do topo da pirâmide relativamente a estes aspectos.

O que falta fazer para isso?

Falta trabalho consistente por parte das instituições, fazendo levantamento das populações e de como é que encarariam isto de facto, perguntando o que é isto do trabalho sexual para elas, e em que condições, com que deveres e obrigações. Eu dizer-lhe que à partir a prostituição e outros trabalhos de cariz sexual serem entendidos como trabalho, mesmo que as pessoas não se inscrevessem e não aderissem, rever-se-iam e contactariam com elas próprias de uma maneira diferente. Isto é, seria uma coisa menos proibida, mesmo excluída. Isto é, a regulação podia ficar, pelo menos neste momento, num registo de destigmatização. E se isto se conseguisse era um passo importante, e poderiam estar criadas condições para outra coisa de mais fundo, em que as pessoas queressem depois ou não entrar no rol das pessoas sujeitas à lei laboral.

Estão, em Portugal, essas pessoas preparadas para ser associar entre si e criar uma associação autónoma?

Aqui em Portugal não creio. Em experiência de organizações, convocatórias e saídas no dia do trabalhador, nas marchas das umbrelas vermelhas, e eu estive em todas elas, a presença é reduzidíssima.

Como é que se justifica essa falta de adesão?

Por um lado a exposição pública. Por outro a grande pobreza de algumas pessoas que estão nesta situação, muito pouco empoderamento. Por outro lado não tenho a certeza que isto traga para elas alguma coisa que lhes importe, a não ser folclore.

Este movimento teria de partir sempre das organizações?

Tudo é possível, mas penso que deverá haver algum trabalho com as bases.

E em termos de lóbi político, vê isto como uma possibilidade a curta ou médio praze de que alguma voz se manifeste e apoio estas associações? Ou este tema não merece atenção/esforço político?

Não me parece que mereça, não me parece que haja nenhum interesse nele. Há interesse em dizer que trabalho sexual também é trabalho, há interesse. Mas mais do que isso não estou a ver.

Em termos de associação de outros movimentos, nomeadamente os feministas...

Sim, mas por exemplo o movimento democráticos das mulheres é perfeitamente contra.

Mas a UMAR apresenta-se favorável a esta discussão...

Sim, mas a UMAR, com todo o respeito é uma organização que vale o que vale. Embora apareça com muitas parangonas, em termos de capacitação e de resposta a nível nacional é muito menor. Como as irmãs oblatas, por exemplo. Como a Agência Piaget para o Desenvolvimento.

O facto de o MDM ter um posicionamento oposto limita o debate?

Sim, porque existem movimentos chamados democráticos das mulheres com grande expressão, ou pelo menos que se acha que têm uma grande expressão e que representam as mulheres, muito bem alocadas politicamente, suportando-se no trabalho de algumas instituições como o Ninho que por terem 35 anos de experiência dizem que sabem mais sobre isto, limita. É uma coisa muito engraçada. Fala-se em trabalho sexual nunca trazendo cá para fora qual a importância do trabalho sexual em si mesmo enquanto trabalho. Isto nunca foi debatido. Alguém já alguma vez perguntou, em algum debate se perguntou porque é que o trabalho sexual existe e porque é que existem as trabalhadoras? Alguém pergunta porque é que permanece ao longo dos tempos? Porquê? Porque se lembram? Porque é um devaneio? Porquê? Porque é que existe. Porque é que é solicitado. Porque existe uma sexualidade que só é possível nestes contextos? Porque a sexualidade dos homens é diferenciada e múltipla? O que é que é isto?

E este debate não se faz porque não é promovido?

E não sei dizer muito mais porque a partir daqui estaria a inventar. Mas a verdade é que isto nunca é perguntado. Nunca se pergunta porque é que um homem casado vai duas vezes por semana ter com a prostituta.

Julga que a sua identificação com um determinado modelo de enquadramento político-jurídico (qual) tem alguma influência na visibilidade mediática da sua organização? Que outros factores contribuem/prejudicam a mesma?

Eu penso que sim, porque isto traz para a rua e traz para o público algo que está para além do que não é dito. Que tem muito mais que ver com questões da sexualidade em geral, com a sexualidade múltipla, com a sexualidade fora de casa, o erotismo. Isto nunca é trazido. Portanto aquelas pessoas aparecem como algo resultado de alguém um pouco insano que procura a prostituição. Se pensamos nas pessoas que conhecemos, não percebemos bem que vão procurar a prostituição. Só percebemos bem quando é nos outros.

Entrevista 4

Poderia apresentar os principais valores ou orientação do projecto/organização que representa?

Promoção da saúde junto desta comunidade

A maioria dessa população é do sexo feminino, masculino ou transexual?

Maioritariamente feminino.

Entende a prostituição como uma forma de violência de género? Porquê?

A prostituição, por si só, não é uma violência de género no nosso entendimento. Existem situações em que é, mas por si só não será. [que situações?] Nas situações em que as pessoas, de alguma forma, por si só, optam por exercer essas práticas, não consideramos que exista violência de género. Compreendemos que existem diferentes perspectivas sobre isso, mas no nosso entendimento não existe.

Pensa que a base ou cariz religioso de uma organização condiciona (ou não) a sua intervenção?

Se condiciona, eu acho que sim. Não necessariamente, ou absolutamente, mas acho que pode condicionar de alguma forma. No entanto, neste país, há inúmeras instituições que estão de alguma forma ligadas a instituições religiosas e algumas têm a sua intervenção completamente condicionada e outras conseguem, de alguma forma, ter uma intervenção quase isenta e esperamos que assim se mantenha.

Quanto à quantidade e formação dos recursos humanos do seu projecto/organização, julga que estão adequados às necessidades?

Seriam necessários mais, provavelmente. No entanto, tendo em conta as condicionantes económicas, temos conseguido desenvolver o trabalho que consideramos adequado.

Tem ou pondera ter um/a profissional dedicado exclusivamente à comunicação?

Não temos, e estritamente por razões económicas. De certa forma alguns dos nossos técnicos fazem de tudo um pouco. E objectivamente sentimos necessidade disso, mas não temos. Temos por vezes colaboração de alguns indivíduos estreitamente ligados a essa área ou que têm equivalência de ensino para isso, mas não temos uma pessoa dedicada exclusivamente a isso.

Quais as principais problemáticas que considera associadas à prostituição? As mesmas têm eco na comunicação social (ex. na construção mediática da imagem da mulher que se prostitui?)

Os media dão só uma perspectiva da realidade, portanto no meu entendimento, e por mais fiel que seja a reportagem a verdade é que só dá uma parte da realidade. E nós como contactamos com estes indivíduos com uma frequência muito maior conseguimos ter uma análise mais abrangente sobre a sua realidade e sobre aquilo que compõe a vida destes indivíduos. Daí que acho que é sempre uma realidade que não contempla tudo aquilo que é o indivíduo.

Nos inquéritos (a que sua organização também respondeu) a maioria das organizações identifica-se com o enquadramento político-jurídico regulador. Qual o seu comentário? Revê esta identificação no panorama de debate mediático nacional?

Sim, considero que é normal que assim tenha sido.

A estratégia de comunicação do seu projecto/organização é definida/delineada por quem? E aprovada?

Na teoria será a direcção, sempre. Na prática, pois, com o exercício dos projectos tivemos que permitir autonomia para efectuarem comunicação dentro de alguns limites. Mas em última instância será sempre responsabilidade da direcção da existências.

Pela análise dos inquéritos, concluiu-se que há um baixo (ou inexistente) investimento em publicações individuais que não flyers (refiro-me a newsletters, folhas informativas, revista ou jornal da organização). Como explica este resultado?

Só consigo explicar de acordo com a nossa experiência. E a nossa experiência é (...) não temos recursos humanos apenas afectos a isso e as pessoas que poderiam fazê-lo não têm tempo porque se dedicam a outras actividades. Daí que há uma lacuna de fazer chegar a informação à população-alvo e à comunidade em geral sobre actividades que nos propomos fazer, e de mensagens preventivas. Não temos recursos suficientes para o fazer.

As tomadas de posição pública através dos média são pertinentes na sua organização? Em que contexto, e porquê?

Para nós é importante, aquilo que nós temos feito relativamente a profissionais do sexo é utilizar a Rede Sobre Trabalho Sexual, em que existe um conjunto de instituições que têm mais recursos e por terem mais recursos têm mais capacidade, têm havido uma capacidade e uma vontade de envolver os restantes parceiros em tomadas de posição sobre algumas questões tanto a nível político como a nível social que envolvam os profissionais do sexo.

Segundo resultados dos inquéritos, o meio utilizado com maior regularidade para divulgação e promoção de actividades e/ou tomadas públicas de posição é o Facebook. Parece-lhe o meio mais adequado? O que justifica este resultado?

Provavelmente não será o mais adequado para tudo, mas a grande vantagem é que é um meio de comunicação muito rápido e que com muito pouca perda de tempo conseguimos enviar mensagens pequenas e que transmitem aquilo que se pretendem. Claro que já não serão coisas mais extensas ou mais profundas, mas pela facilidade o facebook serve perfeitamente.

Que feedback recebe da interactividade com o público em geral através das redes sociais ou do site (se tiver)?

Sim, vamos tendo algum feedback. Aquilo que nos parece é que este tipo de informação será muito mais para a comunidade em geral do que para as nossas populações específicas. [que tipo de feedback?] São pequenos comentários, e é raro que acontecem, mas são muito sobre as profissionais do sexo, mais relacionados com doenças.

O seu projecto/organização têm algum princípio de confidencialidade? Como é feita a gestão do anonimato em contexto autopromoção pública (mediada e não-mediada; ex. o que não publicaria no facebook; o que não enviaria ao média)?

Princípios de confidencialidade relativamente aos nossos utentes, sobretudo falando nos ts é absoluto. Nós nunca divulgamos nada que os possa caracterizar ou que os possa envolver nessa população. Se publicarmos alguma coisa relativamente a isso será algo muito genérico e muito sucinto que não permita identificação seja do que for, indivíduos ou espaço.

E se, por exemplo, de alguma estação de televisão foram contactados para uma entrevista em primeira pessoa com o utente?

Sim, nós temos sempre algumas reservas relativamente a isso. Já o fizemos no passado, já há alguns anos... o que propomos é que não haja identificação de cara ou que a voz seja distorcida, mas de qualquer forma, portanto uma história em que a cara não era reconhecida mas a voz foi reconhecível e isso criou alguns problemas para o utente nessa altura. Daí que nós temos sempre muitas reservas em fazer esse tipo de abordagem ou esse tipo de entrevista. Compreendemos, no entanto, que há certo tipo de entrevistas que têm interesse para os próprios profissionais do sexo, e temos que jogar com essas duas ordens de importância. Mas o que nos preocupa mais é proteger as pessoas e a sua integridade. Nós já prevíamos esses princípios de salvaguarda da integridade pública das pessoas, no entanto, por alguma razão, a voz que devia ter surgido distorcida na reportagem não surgiu. E daí que tenha sido possível para algumas pessoas que conheciam o indivíduo, nomeadamente familiares, reconhecerem a voz. Foi uma situação um pouco chata. E isso são erros que acontecem e nos fazem crescer, também, mas ter mais cuidado no futuro.

Na sua opinião, a identificação com um determinado modelo de enquadramento político-jurídico tem alguma influência na estratégia de comunicação de um projecto/organização? De que forma?

Eu vou dizer que não. No fundo eu acho que muito pouca diferença entre uma e outra. A diferença que existe é na forma como contextualizam a mensagem. Quase que são iguais, aquilo que segue para a sociedade civil, as mensagens são muito parecidas.

De acordo com os inquéritos, foram raras ou poucas as vezes em que as organizações tomaram a iniciativa no contacto com rádios (locais ou nacionais), programa ou estações de televisão e revistas. Como explica este resultado? Da mesma forma, apontam como raras, poucas ou nenhuma as vezes em que foram contactadas pelos mesmos meios. Considera que há falta de interesse de parte a parte?

Sim, na minha opinião, por parte das organizações que trabalham nesta área o que existe é, de certa forma, quase uma incapacidade de lidar com os órgãos de comunicação social, de forma a poder dizer aquilo que fazem. As instituições focam-se naquilo que estão criadas para fazer, ou seja, esquece-se muito de promover aquilo que faz e aquilo que a move junto das organizações de comunicação social. Por outro lado as cs apenas se lembra deste tipo de actividades quando surge alguma notícia bombástica porque de resto estão muito pouco preocupadas com o que se passa.

Como explica a diferença para o contacto (efectuado e recebido) com os jornais?

Se calhar sim, e os jornais têm mais falta de matérias-primas, há mais espaço para coisas que não sejam comercialmente vendáveis. E as televisões vivem muito do imediato e das coisas bombásticas têm menos necessidade de aprofundar temáticas não aceitáveis por todos. É mais fácil recorrer aos jornais.

Quanto aos meios que são utilizados no contacto com os meios de comunicação, nota-se que ferramentas como a assessoria mediática ou o press-kit não são, na maioria, utilizados. O que justifica, e que impacto poderá ter, este resultado?

Sim, acho que existe como é obvio, muita falta de conhecimentos de expertise de como fazer chegar press-releases ou notícias aos órgãos de comunicação social, são áreas e domínios em que temos muito dificuldade. se nós tivéssemos essa capacidade de transformar um acontecimento enorme num press-release curto e sucinto se calhar as coisas seriam muito mais fáceis.

Pelo que se pôde apurar, o meio usado preferencialmente é o envio de notificação ou convite. O convite/notificação que envia aos média é igual ao que envia, por exemplo, a instituições e/ou ao público em geral?

Pois, por norma, se não é igual é muito parecido. Quase de certeza é igual!

Quem é o responsável e de que forma se procede a este envio, na sua organização? (hora de envio, contacto de referência ou mail geral do órgão de comunicação)

Temos alguns contactos sobretudo nos órgãos de comunicação local, nos jornais regionais, e como sabemos que têm um horário temos atenção. Mas a pouco mais coisas que isso.

Não foi possível apurar com rigor se os motivos pelos quais as organizações contactam os média são os mesmos pelos que são contactas. Podia dar-nos a sua opinião sobre este assunto, e apresentar o seu caso?

No nosso caso é o seguinte: quando somos contactos é por alguma coisa específica, imagine que há uma história qualquer sobre prostituição ou sobre homens que comprem sexo com homens, os órgãos de comunicação entram em contacto connosco para esclarecer algumas coisas ou para ter mais informações. Da nossa parte, o que pretendemos mais é a promoção de actividades ou o esclarecimento relativo a alguma tipo de política ou entrave que esteja a surgir, alguma mudança social, nós actuamos mais nesse sentido. Pretendemos actuar de uma forma mais vasta, ligar vários pontos. E os órgãos de comunicação social pretendem trabalhar algum ponto específico relacionado com as populações-alvo que conhecemos.

A maioria das organizações classifica como “baixo” o seu nível de satisfação quanto à forma como os assuntos relacionados com a prostituição são tratados pela comunicação social portuguesa, e metade já sentiu revolta face ao tratamento dado a um tema após contacto com a organização. Na sua opinião, quais os factores que contribuem para estes resultados?

Pois não sei, provavelmente com o facto de alguns jornalistas tem uma percepção muito pouco fundamenta sobre a prostituição e sobre aquilo que a envolve, têm um conjunto de noções à priori e um conjunto de perspectivas formadas sem grande conhecimento de causa que, ao criarem a notícia vão sempre inquirar a notícia com essa perspectiva.

O que gostaria de ver melhorado? Por que meios e de que forma podem as organizações contribuir? Qual o papel dos jornalistas/organizações neste processo?

Presumo eu que os tais membros das organizações que trabalham no terreno promoverem um esclarecimento mais profundo tanto nos jornalistas como na comunidade em geral sobre aquilo que se passa e sobre o que é realmente o trabalho sexual. De qualquer forma, tendo em conta as dificuldades nas instituições em poderem comunicar aquilo que sabem e aquilo que pretendem será sempre um pouco complicado.

Considerando que os média informativos são muito importantes na produção da opinião pública, como justifica que a maioria das organizações (44%) se considere uma “fraca” fonte de informação? O que justifica e qual o impacto?

É muito provavelmente pela falta de capacidade de comunicação que as instituições têm. Não foram criadas para isso, não perspectivam a sua intervenção e a sua realidade nesse sentido, daí que se crie um entrave e uma separação enorme entre as instituições, a sua sabedoria e a sua actividade, e o resto da comunidade, nomeadamente os jornalistas que seriam uma fonte óptima de transmissão de conhecimentos e de saber. Aquilo que se têm de trabalhar mais é a capacidade de transmitir conhecimentos, mas a realidade é muito difícil. A maioria das organizações está a pensar em sobreviver e manter a sua actividade, mas vamos ver como é que

isto corre. Como não promovemos o contacto directo podemos perder o contacto com o mcs, mas acho que foi raro ter acontecido. Se calhar aconteceu, mas não constrange a nossa relação com os mcs.

Peço-lhe que descreva as principais características que compõem a imagem mediática associada à prostituição.

Pois, mais uma vez, eu acho que os ocs têm uma visão restrita do que é a realidade. Existe tanta realidade, tantas pessoas, uma realidade tão multifacetada, que os mcs restringem em pontos-chave ou realidade mais degradadas ou mais degradantes.

Julga que a sua identificação com um determinado modelo de enquadramento político-jurídico (qual) tem alguma influência na visibilidade mediática da sua organização? Que outros factores contribuem/prejudicam a mesma? A participação no debate mediático de temas relacionados com a prostituição é uma prioridade para o seu projecto/organização?

Sim, beneficia no sentido em que estamos numa organização maior com um conjunto alargado de parceiros que nos permite ter mais facilidade no acesso. Claro que para nós existem questões com mais importância, nomeadamente a questão da manutenção da qualidade de vida de alguns utentes com quem trabalhamos, de qualquer forma, uma coisa não está dissociada da outra, e a questão sobre o debate de algum tipo de regulação sobre este tipo de actividade é importante e é algo em que nós estamos interessados. Mas nem sempre é possível fazer isto, porque surge pontualmente e nós reagimos mais do que agimos. Aquilo que se pretende fazer junto da comunidade em geral é promover informação sobre os grupos parlamentares no sentido de criarem projectos de lei quanto à melhor forma de abordar a questão, promover um debate nacional. Percebemos que a vida política do país está fixada em questões muito mais urgentes e isto têm sido adiado.

4. Entrevista aos Jornalistas

Esta entrevista faz parte investigação para a dissertação de Mestrado em Comunicação e Jornalismo sob o tema "Media, Género e Prostituição", desenvolvida por Mariana Pardal, a apresentar à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

O questionário dirige-se a jornalistas de órgãos de comunicação social portugueses, tendo por finalidade: 1. compreender a sua relação com organizações que prestam apoio a pessoas que se prostituem; 2. compreender a visão e opinião profissional e pessoal sobre o tratamento noticioso de casos mediáticos que envolvam prostituição.

Os dados recolhidos destinam-se apenas para fins de investigação.

Agradeço o seu contributo.

***Obrigatório**

Identificação *

1. Como avalia o interesse das organizações que prestam apoio a pessoas que se prostituem em fazer parte do debate público de temas relacionados com a prostituição? *

2. Pensa que a prostituição entendida enquanto trabalho sexual faz parte da agenda mediática nacional? Porquê? *

3. O que o/a levaria a distinguir um/a "trabalhador/a sexual" de um/a "prostituto/a"? *

4. Da seguinte listagem de organizações/projetos nacionais, assinale, por favor, aquelas com as quais já contactou profissionalmente no âmbito de matérias sobre prostituição. *

- Programa Autoestima
- APDES Projeto PortoG

- APF Norte - Projeto Espaço Pessoa
- Associação Acompanha
- Associação Existências
- Equipa de Intervenção Social ERGUE-TE
- Estrutura de Emprego Protegido FMS
- Associação Positivo - Projeto Red Light
- GAT - Grupo Português de Ativistas sobre Tratamentos VIH/SIDA
- Obra Social das Irmãs Oblatas - Projeto Caomio
- APF Lisboa - Projeto Trans-Porta
- LPCS - Liga Portuguesa Contra a SIDA
- O Ninho
- APF Alentejo
- Lar de Santa Helena
- APF Algarve
- MAPS - Movimento de Apoio à Problemática da SIDA

5. Com que frequência e com que intenção é contactado por organizações que prestam apoio a pessoas que se prostituem? *

6. Pela sua experiência profissional, como avalia o conhecimento que estas organizações têm sobre rotinas e práticas jornalísticas? *

7. No inquérito que foi feito às organizações, foi pedido que avaliassem o nível de satisfação face à forma como assuntos relacionados com a prostituição são tratados pela comunicação social portuguesa. A resposta maioritária foi “baixo”. Na sua opinião, o que justifica esta resposta? *

8. Ainda, e de forma mais expressiva, para a seguinte afirmação: “Nos media, a imagem da prostituta é assente em estereótipos e preconceitos”. O que justifica este consenso? *
Quais as principais características desta imagem?

9. Quais os principais entraves ou limitações que lhe são apresentados por organizações deste tipo no contexto da produção jornalística? *
Quais as consequências dessas limitações no seu trabalho?

5. Respostas dos jornalistas à entrevista

1. Como avalia o interesse das organizações que prestam apoio a pessoas que se prostituem em fazer parte do debate público de temas relacionados com a prostituição?

Reduzido.

Penso que essas instituições estão interessadas no debate

Estão no terreno; conhecem a realidade é natural que queiram (e devam) participar

Penso que o interesse das organizações tem vindo a aumentar. Nos últimos anos temos assistido a um maior debate público de questões relacionadas com a prostituição, nomeadamente em relação a direitos e a uma possível legalização.

*2. Pensa que a prostituição entendida enquanto trabalho sexual faz parte da agenda mediática nacional? Porquê? **

Não me parece. Se assim fosse um outro debate, a montante, teria de se impor: moral, bons costumes, valores, preconceitos. Nada disso acontece. Há ideias feitas e "princípios" gerais ativos que poucos, na chamada sociedade pensante, ousam contestar.

Não. A agenda é dominada por temas políticos e económicos, principalmente desde o início da crise a intervenção da troika.

Sim. Cada vez mais se começa a falar na prostituição como uma possível profissão legalizada no futuro. E aliás cada vez mais temos noção de que a indústria do sexo e nomeadamente a prostituição tem vindo a ser cada vez mais encarada como um trabalho.

Não. Penso que haverá temas prioritários, mas também que não estão convencidos da pertinência dessa alteração.

3. O que o/a levaria a distinguir um/a "trabalhador/a sexual" de um/a "prostituto/a"?

A existência de deveres e direitos.

Penso que é uma questão complicada, mas acho que as diferenças residem nas motivações. Acho que podemos encarar um trabalhador sexual como alguém que escolheu tal como profissão, até porque atualmente existe já muita gente que embora tenha outras opções envereda por esse caminho. Já quanto à prostituição podemos estar a falar de pessoas sem opção que viram nesse meio a única forma de subsistência.

É só uma diferença de nome e a trabalhadora sexual passará a pagar impostos. Eventualmente, terá melhores condições de higiene e de saúde.

Pode ser uma questão de semântica. Não me parece que a primeira omita o preconceito associado à segunda.

5. Com que frequência e com que intenção é contactado por organizações que prestam apoio a pessoas que se prostituem?

Raras vezes. Sempre que tratei a temática fui eu quem estabeleceu contacto

Nunca fui.

Raramente sou contactada diretamente por essa questão. Eu é que contacto.

O contacto das organizações com os jornalistas ainda é raro. Geralmente quando o fazem é com o intuito de divulgar algum projeto. De qualquer forma na maioria das vezes somos nós a tomar a iniciativa de estabelecer esse contacto para dar a conhecer outras realidades aos leitores.

6. *Pela sua experiência profissional, como avalia o conhecimento que estas organizações têm sobre rotinas e práticas jornalísticas?*

Não conhecem.

Acho que as organizações ainda estão um pouco mal informadas sobre as rotinas dos jornalistas e sobre os meios que temos ao dispor para ajudarmos.

Uma enorme dose de desconfiança. Admito que se fidelizem em determinados jornalistas e não em OCS

Não tenho informação suficiente para responder.

7. *No inquérito que foi feito às organizações, foi pedido que avaliassem o nível de satisfação face à forma como assuntos relacionados com a prostituição são tratados pela comunicação social portuguesa. A resposta maioritária foi "baixo". Na sua opinião, o que justifica esta resposta?*

Acho que tal deve-se essencialmente ao pouco diálogo que ainda existe entre as duas partes e à pouca divulgação que existem de projetos relacionados com este assunto.

Jornalistas e organizações têm objetivos diferentes. Os jornalistas pretendem denunciar e alertar para os problemas.

A comunidade jornalística emerge de entre a comunidade mais vasta representativa do país. Os preconceitos de uma são os preconceitos da outra. Haverá, da parte dos jornalistas, pouco interesse em produzir contexto sobre o tema. Nesta âmbito, a forma como as instituições protegem e preservam a imagem das pessoas que apoiam compreende-se, mas não ajuda a que os estereótipos e os preconceitos se diluam.

Eventualmente, porque a temática raramente é tratada, mas as organizações saberão responder melhor.

8. *Ainda, e de forma mais expressiva, para a seguinte afirmação: "Nos media, a imagem da prostituta é assente em estereótipos e preconceitos". O que justifica este consenso? **

Quais as principais características desta imagem?

Não digo que seja diferente. Os jornalistas são humanos e sofrem dos mesmos "vícios" da população em geral, embora tenham a obrigação de ter mais informação sobre os temas. E tem-na, só que sobre a área que trabalham.

Penso que hoje em dia isso já não existe e que tal afirmação não corresponde ao que realmente se passa. Cada vez mais temos à noção de que a prostituição engloba todas as idades e estratos sociais e isso mesmo tem sido cada vez mais retratado na comunicação social.

A mesma resposta.

Essa é a imagem que a sociedade, em geral, tem da prostituta.

9. *Quais os principais entraves ou limitações que lhe são apresentados por organizações deste tipo no contexto da produção jornalística? **

Quais as consequências dessas limitações no seu trabalho?

Desde logo a necessidade de se ultrapassar a barreira da desconfiança. Mesmo quando esta parece quebrada, ficam sempre resíduos. Os jornalistas não são todos iguais, mas a resistência das instituições com quem tenho trabalhado é muito grande. Quando colocamos nas histórias televisivas mulheres ou homens de cara tapada estamos a contribuir para aumentar o preconceito social associado à atividade. Alguém tem de quebrar o ciclo. Numa grande reportagem que fiz há uns anos creio que, em parte, a desconfiança foi quebrada; alguns rostos da história ganharam a visibilidade e identidade devidas. Não tenho dúvidas de que o balanço foi positivo.

As organizações ainda se mostram muito fechadas em relação a trabalhos com jornalistas e muitas vezes não permitem o contacto direto com quem vive da prostituição. Tal leva a que muitas vezes não consigamos mostrar a realidade ao leitor.

Não tenho, em geral, uma visão negativa da disponibilidade das organizações. Ou seja, em geral respondem às minhas solicitações, embora nem sempre em tempo útil, o que se percebe. Mas, ao contrário do que as organizações fazem para com os jornalistas, não generalizo. Quem são os jornalistas? De que meios? E dentro do mesmo meio, de que título?

Escassez de informação clara e objetiva.