



## **Uma carreira para a cidadania - Abordagem sobre as práticas de comunicação da Associação das Prostitutas da Bahia<sup>1</sup>**

Mônica Benfica Marinho<sup>2</sup>

Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC)

### **Resumo**

Este trabalho é um recorte de nossa pesquisa doutoral em que tomamos como universo de investigação a Associação das Prostitutas da Bahia. Aqui discutimos o papel da mídia na construção da identidade de prostituta militante da Associação das Prostitutas da Bahia (APROSBA), buscando compreender de que forma esta identidade coletiva apresenta-se como meio de superação da prostituição enquanto forma cultural envolvida em uma significação marginal. Apresentamos o processo de inserção da APROSBA na mídia, e em seguida situamos a discussão sobre o vínculo entre mídia e identidade em relação ao modelo da chamada “Nova comunicação”. Propomos uma breve referência aos materiais informativos produzidos pela instituição mostrando como as militantes, na apropriação e produção das práticas comunicativas, foram construindo uma identidade de militante e expressando a conquista de cidadania.

### **Palavras-chave**

### **Cidadania, Identidade, Mídia, Prostituição**

Ao ligar a TV para assistir ao jornal da tarde da Rede Globo, no ano de 1999, nos deparamos, com surpresa, com Maria de Fátima Medeiros, coordenadora da Associação das Prostitutas da Bahia (APROSBA), dando um depoimento. Ela estava ali, em rede nacional, denunciando a morte de uma prostituta ao tentar atravessar clandestinamente em um bote, com outras colegas, para um navio (é proibido receber prostitutas nos navios) ancorado no porto de Salvador, para fazer programas<sup>3</sup>. Depois disso a vimos em outros canais de TV, e suas declarações apareceram também nos jornais da cidade.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT Práticas Sociais de Comunicação, do IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste.

<sup>2</sup> Graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Goiás (UFGO), mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA), Doutora em Ciências Sociais (UFBA). Atualmente é professora do curso Comunicação Social da Universidade Estadual de Santa Cruz. E-mail: monica.benfica@uol.com.br

<sup>3</sup> O filme *Cidade Baixa* do diretor Sérgio Machado, aborda o triângulo amoroso entre dois jovens e uma prostituta que vivem na Cidade Baixa em Salvador. Cenas do filme retratam a prática da prostituição nos navios no porto de Salvador, e mostram o contexto de negociação que envolve tal prática, e o papel de seus diferentes agentes.



A relação da APROSBA com a mídia se estabeleceu desde o seu surgimento. No dia da sua fundação ela estava lá para registrar e divulgar o acontecimento. A busca da visibilidade através da mídia é uma de suas práticas institucionais mais valorizadas. Insistindo ainda mais, podemos dizer que o uso da mídia pela APROSBA, como prática institucional, é um elemento fundamental na construção da identidade de militante. A atenção a este elemento permite, por conseguinte, compreender a relação que se constrói com a mídia na sua dupla natureza, como destaca Rui Sandrine: “[...] de integração, portanto de normalização, de um lado; e de espaço de auto-reflexividade biográfica, portanto de subjetividade, de outro lado”<sup>4</sup>. Se a identidade se forja permanentemente pela auto-reflexividade não podemos deixar de considerar aqui a presença da mídia na construção reflexiva do eu, portanto, da identidade.

Em Salvador a experiência da profissionalização da prática da prostituição tem ganhado espaço significativo na mídia. Lembramos que essa experiência é por si só integradora normalizadora. Os jornais baianos deram os seguintes destaques à questão durante os anos de 2004 e 2005:

“A legalização é sinônimo de respeito pra gente, que poderia ter acesso a benefícios como plano de saúde, aposentadoria e auxílio doença”, explica a coordenadora da Associação das Profissionais do Sexo da Bahia (Aprosba), Fátima Medeiros (BRIGHAM 2004)<sup>5</sup>

Para a presidente da Aprosba, a regulamentação da profissão dificultaria que as casas de prostituição, uma vez regularizadas, colocassem na rua da amargura as prostitutas "velhas" e as doentes. "Prostituta doente é colocada para fora da casa e não tem direito a auxílio-doença", critica. A concorrência com as mais novas e a crise econômica generalizada faz com que muitas meretrizes aceitem programas em troca de cerveja ou de um prato de comida (CARVALHO, 2005).<sup>6</sup>

Participando da caminhada do Dia Internacional da Mulher pela segunda vez estava a Associação das Prostitutas da Bahia (Aprosba). Este ano, a categoria comemora oito anos de fundação da entidade. “Mostramos nossa cara, e nossa luta é contra o preconceito e em favor da legalização da nossa profissão”, disse Fátima Medeiros, coordenadora geral da Aprosba (ANDRADE, 2005).<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> RUI, Sandrine foule sentimentale: récit amoureux, média et réflexivité. *Revue Reseaux*. Disponível em <<http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/>> cesso em: 20 nov.2005>.

<sup>5</sup> BRIGHAM, Ciro. Prostitutas revelam como conviver com o preconceito. *A Tarde*, Salvador, 17 dez 2004. Aqui Salvador, p. 03.

<sup>6</sup> CARVALHO, Tatianny. Prostitutas buscam regulamentação da profissão. *Correio da Bahia*, Salvador, 30mai.2005. Trabalho. Disponível em <<http://www.correiodabahia.com.br>> Acesso 30/05/2005

<sup>7</sup> ANDRADE, Ana. Caminhada de muitas bandeiras. *A tarde*, Salvador, 09 mar 2005. Local. Disponível em <<http://www.atarde.com.br>> Acesso 09/03/2005



Ainda: “Profissionais do sexo discutem regulamentação da atividade em Seminário”<sup>8</sup>: “Prostituta querem legalizar a profissão para ter direitos”<sup>9</sup>. “Prostituta unidas: profissionais do sexo aproveitam o dia internacional da categoria para exigir respeito e direitos trabalhistas”<sup>10</sup>.

No espaço da mídia prostitutas militantes contam suas histórias, mostrando quem elas são, e o caminho que percorreram, evidenciando suas subjetividades. Destacamos abaixo um trecho da entrevista dada por Marilene Silva, Vice coordenadora da Associação das prostitutas da Bahia. Podemos observar como a mídia teve um papel preponderante no seu percurso de militante.

A mídia ajudou a gente e a gente ajudou eles. É como ...uma mão lava a outra. Quando eles falam de prostituição, com uma prostituta eles ficam doidos de saber...eles vão a fundo [...] né? Eles sempre procuram saber uma monte de coisas”. Você tá assumindo, você acha que é bom ser prostituta, mas se sua filha fosse?”. Aquelas besteradas todas, mas aí a gente aproveita já pra tá divulgando o trabalho, mostrando pra sociedade que existe, que tá tendo um movimento, que a gente tá lutando contra os preconceitos, a violência, a discriminação, lutando pra ter direito a igualdade, ser incluída na sociedade, ser reconhecida como profissão, porque é uma profissão também. Então a mídia ajudou bastante porque ia ser muito difícil a gente bater de boca em boca, ficaria muito difícil, né? Era entrevista, logo no início, era comigo, porque eu era a presidente e sempre era comigo. Então a mídia ajudou bastante tanto a televisão, como jornal, rádio. Então a oportunidade de a gente tá no rádio, no jornal, muitas pessoas vai ter acesso de tarem lendo, se informando e vê que têm pessoas que tá trabalhando em benéfico de pessoas, a favor da legalização da profissão, direitos da prostitua. Não só a prostituta, mas têm várias pessoas que não fazem parte do movimento que colaboram, que ajudam voluntariamente. Depois que eu saí na mídia eu me senti uma pessoa mais famosa, mais importante (risos) Meus clientes falam assim: “Pôxa, hoje eu quero sair com a presidente da Aprosbá”. Ou então tinha clientes que colecionava jornal, as matérias que saíam. Às vezes a mídia mesmo que procura a gente pra fazer matéria sobre valores, violência. Então eles ajudaram bastante. Inclusive sobre denúncias e tal. Então a imprensa ajuda bastante a quebrar esse preconceito.(Informação verbal)<sup>11</sup>

As ações da APROSBA sempre encontram repercussão na mídia. O último evento que ganhou um extraordinário espaço nos meios de comunicação foi o pedido de

---

<sup>8</sup> LOBO, Sandro. Prostitutas querem direitos sociais garantidos por lei *A Tarde*, Salvador, 15 dez 2004. Caderno Especial

<sup>9</sup> CHAGAS, Fernanda. Prostitutas querem legalizar a profissão para Ter direitos trabalhistas *Tribuna da Bahia* Salvador. 17 dez de 2004

<sup>10</sup> BRIGHAM, Ciro. Jornal Dia internacional da prostituta *Correio da Bahia*, Salvador, 03 jun 2005 Aqui Salvador. Disponível em <<http://www.correiodabahia.com.br>> Acesso 03/06/2005

<sup>11</sup> Entrevista dada em 24 de novembro de 2005



concessão de uma emissora de rádio FM a ser administrada pela instituição, em parceria com o Ministério da Cultura. Fátima deu a seguinte declaração no jornal *Folha de São Paulo*:

Não sei se a proposta será aceita pelo Ministério das Comunicações, mas o nome de fantasia da emissora será "Zona FM"[...] A idéia de administrar uma emissora de rádio surgiu no fim de 2005. Hoje, no Brasil, existem rádios em nome de políticos, empresários e médicos, por exemplo. Por que as prostitutas não podem ter um canal à sua disposição?"Sem nenhuma experiência no ramo, a Aproba pretende "contratar" professores universitários e voluntários como locutores e técnicos. "Também vamos treinar algumas prostitutas que levam mais jeito para falar em público'. [...] a entidade também não descarta a possibilidade de recorrer à iniciativa privada. "Queremos mostrar que as prostitutas também são pessoas dignas, que exercem uma profissão como qualquer outra" (FRANCISCO, 2006)<sup>12</sup>.

A possibilidade de uma emissora de rádio FM dirigida por prostitutas gerou diferentes reações nos mais variados setores sociais. Os menos conservadores e afeitos à causa, viram o fato como uma conquista da categoria; já os mais conservadores como um espaço para incentivo à prostituição. O que neste evento incomoda, surpreende, é o fato de uma categoria cercada de estigmas e preconceitos, relegada a lugares bem demarcados, de "passivos receptores", emergir da mudez e passar a ter acesso à palavra, a ser enunciadores em um processo comunicacional. Assim, aqueles que outrora eram apenas ouvintes, e tidos como minoria, passam a ser protagonistas. Lembramos que a palavra é instituinte do sujeito social, ela lhe dá visibilidade pública. Como afirma França (2002, p. 72), "[...] o outro dentro do grande "nós" se coloca não como o "falado", o referente de construções externas de representação, mas como enunciador".

Desde que Orson Wells apresentou no rádio, na década de 30 do século XX, o romance de ficção científica de H. G. Wells: *A guerra dos mundos*, sobre a invasão de marcianos, aterrorizando com tal relato milhares de americanos crédulos (evento que é exaustivamente citado nos estudos sobre meios de comunicação de massa) até a *web radio*<sup>13</sup> do século XXI, esse meio de comunicação passou por muitas transformações. Mas o que não se pode contestar é que ele permanece como meio de comunicação de

---

<sup>12</sup> FRANCISCO, Luiz. Prostitutas vão administrar rádio FM em Salvador. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 08 mar 2006. Ilustrada.

<sup>13</sup> "A rádio *web* surge na internet para ampliar os limites de transmissão regional impostos pela potência dos transmissores de ondas hertzianas e pela legislação, além de evidenciar a necessidade de criar um estilo próprio de linguagem na rede das redes" QUADROS et al.,. *Radio web : uma experiência na UTP. 2004 XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Anais. Porto Alegre, 2004. CD- ROM*



fenomenal alcance<sup>14</sup>, e possibilitará certamente uma participação social mais ampliada da APROSBA. Uma emissora de rádio gerenciada pela instituição poderá ser entendida como “fonte de poder, de direitos, [...] instrumento de mobilização social, de construção e reconstrução de identidade, como produtora de sentido através da afetividade, de ampliação de possibilidades pessoais e coletivas”<sup>15</sup>.

Para além do movimento de prostitutas, a prostituição tem tido uma presença constante na mídia, seja na forma de denúncia de prostituição infantil, por exemplo, seja na sua representação em programas televisivos.<sup>16</sup> O fenômeno midiático “Bruna Surfistinha” explodiu na mídia no ano de 2005. Bruna Surfistinha é o nome de “guerra” de Raquel Pacheco, que se apresenta como ex-garota de programa. Sua “fama” teve início com a produção de um *blog* em que relatava suas experiências de prostituta, e que virou sensação na Internet. Ela lançou o livro *O Doce Veneno do Escorpião: o diário de uma garota de programa*, que nos primeiros meses de 2006 esteve em primeiro lugar na lista dos mais vendidos na categoria não ficção. O livro é um depoimento coletado e redigido por Jorge Tarquini: uma espécie de registro de suas experiências enquanto prostituta que foram relatadas no *blog*, intercaladas com sua história de vida. Rachel Pacheco, enquanto ex- Bruna Surfistinha, esteve presente em inúmeros programas televisivos, e deu entrevistas a vários jornais e revistas nacionais e internacionais, para falar de sua experiência de prostituta.

## **Mídia e construção de identidade na perspectiva da “Nova Comunicação”**

Ao longo dos anos 50, na época em que o “modelo telegráfico” começa a ganhar uma posição dominante na reflexão teórica sobre a comunicação, alguns pesquisadores

---

<sup>14</sup> A emissora FM O dia do Rio de Janeiro, em março de 2006, teve em média 153.325 ouvintes por minuto. A emissora AM Globo também do Rio de Janeiro, no mesmo período, teve em média 185.163 ouvintes por minuto. Disponível em < <http://www.almanaqueibopecom.br>>. Acesso em 05/05/2006

<sup>15</sup> ROLDÃO, Ivete; MOREIRA, Reginaldo. *Maluco beleza: a experiência de um programa de rádio produzido por usuários da saúde mental*. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Anais. Porto Alegre, 2004. CD-ROM

<sup>16</sup> Nas três últimas telenovelas veiculadas pela Rede Globo de Televisão, denominadas “novela das oito” aparece o tema da prostituição. Na telenovela “A senhora do destino”, de Aguinaldo Silva, veiculada nos anos 2004 e 2005, tivemos a personagem Nazaré Tedesco, uma prostitua maléfica interpretada por Renata Sorrah. Em 2005, na telenovela “América”, de Glória Perez, foi tratado em passant o tema da prostituição quando Ju, personagem de Viviane Victorette, uma das dançarinas brasileiras de uma boate em Miami, assumiu também fazer programas além de dançar. Na atual novela “Belíssima”, de Silvio de Abreu, tem sido abordado o tráfico internacional de mulheres. A personagem Taís, interpretada pela atriz Maria Flor vive a experiência de vítima do tráfico sendo obrigada a se prostituir na Grécia.

americanos tentam retomar a partir do zero o estudo do fenômeno da comunicação interpessoal evitando a abordagem de Claude Shannon<sup>17</sup>. Esses pesquisadores, que faziam parte da escola de Palo Alto<sup>18</sup>, partilham um consenso que se funda numa oposição à utilização nas ciências humanas do modelo matemático de comunicação, pois consideram que esta deve ser estudada nas ciências humanas segundo um modelo que lhes seja próprio. Ao elaborarem uma concepção “orquestral” da comunicação<sup>19</sup>, conferindo-lhe uma dimensão pragmática, afastam-se da perspectiva da comunicação no sentido de transmissão. E investem na noção de “participação na comunicação”. Segundo Winkin esta noção não é simples de entender, pois “[...] obriga a superar o quadro de interação (indivíduo-indivíduo ou indivíduo-máquina) para alcançar dimensões coletivas e rituais dos processos comunicacionais; sugere outras espacialidades e temporalidades, situadas além do aqui-e-agora” (1998, p.201).

Na perspectiva desses autores a análise de conteúdo, dominante nas teorias da comunicação, é questionada. Pois, assim como os enunciados da linguagem verbal, as “mensagens” oriundas de outros modos de comunicação não têm significação intrínseca, porque só no contexto do conjunto dos modos de comunicação, ele próprio relacionado com o contexto da interação, a significação pode ganhar forma. Esta abordagem da comunicação quase nunca está presente nas referências sobre pesquisas em comunicação. De acordo com Lopes (2001, p. 52), no Brasil, na década de 50 do sec. XX, predominaram as pesquisas funcionalistas da comunicação; entre a década de 60 e 70 daquele século as pesquisas funcionalistas e as pesquisas críticas sobre a indústria cultural; a partir da década de 80 as pesquisas funcionalistas e as pesquisas em comunicação com forte influência gramsciana. Valverde (2003, p.07) lembra que no registro de “crítica da cultura de massa”, ou, como ele mesmo afirma, mais

---

<sup>17</sup> “A teoria matemática da comunicação por ele proposta em seu livro em 1949 é, portanto, uma teoria da *transmissão* [...] Shannon propõe um esquema de “sistema geral da comunicação”. Entende por isso uma cadeia de elementos: a *fonte* de informação que produz uma mensagem (a fala no telefone), o *emissor*, que transforma a mensagem em sinais (o telefone transforma a voz em oscilações elétricas), o *canal*, que é o meio utilizado para transportar os sinais (cabo telefônico), o *receptor*, que reconstrói a mensagem a partir de sinais, e a *destinação*, que é a pessoa (ou coisa) a que a mensagem é enviada. Durante a transmissão, os sinais podem ser perturbados por *ruído* (chiado na linha)” (WINKIN, P. 26, 1998).

<sup>18</sup> Winkin (2000) destaca membros de três gerações da escola de Palo Alto: Gregory Bateson, Ray Birdwhistell, Ervin Goffman, D. Jackson, Edward Hall, A Schefflen, P. Watzlawick e Stuart Sigman. A comunicação para estes autores é um processo social permanente que integra múltiplos modos de comportamento: a fala, o gesto, o olhar, a mímica, o espaço interindividual.

<sup>19</sup> “A analogia da orquestra tem por objetivo mostrar como podemos dizer que cada indivíduo participa da comunicação, mais do que é a sua origem ou ponto de chegada. A imagem da partitura invisível lembra mais particularmente o postulado fundamental de uma gramática do comportamento que cada um utiliza em seus intercâmbios mais diversos com o outro. É neste sentido que poderíamos falar de um *modelo orquestral da comunicação*, em oposição ao “modelo telegráfico”. O modelo orquestral equivale, na verdade, a ver na comunicação o fenômeno social que o primeiro sentido da palavra traduzia muito bem,....o pôr em comum, a participação, a *comunhão*.”(WIKIN, 1998, p.34)



recentemente no registro de “crítica da cultura das mídias”, “[...] predominaram as abordagens fundadas na crítica ao imaginário e à ideologia que seriam veiculados pelos meios de comunicação ou a denúncia da subordinação da produção simbólica à lógica da “indústria cultural”. Este foi o caso dos trabalhos da chamada Escola de Frankfurt”. Seria um erro, no entanto, tomar como finda a presença desta escola na abordagem sobre a “cultura das mídias”; pelo contrário, como destaca o próprio Valverde, sua inspiração “encontra-se ainda presente nas pedagogias da leitura que se propõe a estimular uma recepção crítica, capaz de fazer frente à influência dos meios”.(2003, p.07)

Quando não é o silêncio das teorias da comunicação sobre a corrente pragmática da comunicação, podemos observar aqui ou ali, nas suas diversas obras sobre teorias da comunicação, breves referências a correntes como o interacionismo simbólico e a etnometologia, apresentados como sociologias interpretativas que, ao rejeitarem a análise do conteúdo e o método das técnicas quantitativas de pesquisa como sendo incapazes de dar conta da dimensão subjetiva do processo de comunicação, reabilitam o destinatário em sua capacidade de produzir sentido e desenvolver procedimentos de interpretação<sup>20</sup>. Ora, as abordagens das teorias da comunicação que apresentam estas duas correntes como opondo-se ao modelo estrutural funcionalista da comunicação, ou ao modelo matemático da comunicação, as mantêm presas à universalidade do esquema emissor/receptor destacando-o como fundamento de toda a situação comunicativa. Assim, trata-se sempre de transmissões intencionais de mensagens de um lugar para outro. Esse, certamente, não é o caso da etnometodologia, e do interacionismo simbólico porque é exatamente a dicotomia emissor-receptor ou o esquema emissor-mensagem - receptor que vão ser rejeitados por estas correntes. Além disso o interacionismo simbólico, quando se apresenta nos estudos das teorias da comunicação, não é bem interpretado, pois é considerado uma corrente dos estudos de recepção<sup>21</sup>. Talvez a observação etnográfica das situações de comunicação (procedimento de

---

<sup>20</sup> Sobre esta apresentação do interacionismo simbólico e da etnometodologia no âmbito das teorias da comunicação ver MATTELART & MATTELART, 2004, p.132-142.

<sup>21</sup> Ver Robert Wite (1999, p.42) que em seu artigo Tendências dos Estudos de Recepção assim se refere à abordagem do interacionismo simbólico nas análises dos programas de mídia: “A fundamentação desta corrente da Teoria da Audiência é a de que produtores e receptores negociam para obter respostas que coincidam com as intenções de cada um deles. Os que criam os programas da mídia anseiam por estabelecer identidades buscando a aprovação de seus pares e da audiência em forma de cartas, telefonemas e comentários casuais na rua ou, mais indiretamente, por prêmios, pontuações, venda de produtos e dados numéricos sobre audiência. Quer se leve em consideração o pólo dos produtores de mídia ou o pólo dos receptores, o certo é que, dada a penetração da mídia na vida cotidiana, a importância da negociação na comunicação mediada está no fato de ela estabelecer padrões para a definição o alcance e a validação da identidade na cultura contemporânea”.



investigação do interacionismo simbólico) leve a confundí-lo com os estudos de recepção que tem como método de investigação a etnografia da audiência<sup>22</sup>.

Vamos, ainda, comentar a ausência dessas correntes no âmbito das teorias da comunicação tomando como referência as considerações de França (2002):

É interessante registrar o relativo ostracismo a que foram relegadas [...] por parte dos estudiosos da comunicação – outras concepções e autores (como A. Schutz, G. Simmel, G. H. Mead e o interacionismo simbólico, a escola de Chicago, a Escola de Palo Alto) que, numa perspectiva completamente distinta, enfatizam a natureza interativa das trocas simbólicas, a intervenção criativa dos homens, o dinamismo inscrito no terreno da experiência e do vivido, a diversidade e pluralismo que marcam as pequenas cenas do cotidiano. A explicação da pouca importância atribuída a essas contribuições pode ser imputada ao fato de que tais autores nadavam contra a corrente, num século e numa ciência social voltados para a construção das grandes verdades e das generalizações totalizadoras (FRANÇA, 2002, p.62).

Colocando em xeque esse silêncio podemos encontrar hoje, nos Estados Unidos e Europa, uma geração de antropólogos e sociólogos da comunicação que vêm se dedicando aos estudos da mídia tendo como referência os princípios da Escola de Palo Alto, o interacionismo simbólico e a etnometodologia. Bastante citadas nos estudos, sobre as novas tecnologias da comunicação são as obras de Ervin Goffman, que é apresentado como um dos representantes do interacionismo simbólico<sup>23</sup>. Winkin, por exemplo, com o espírito que conformou aquela escola, dedica-se a difundir o que ele chama de a “nova comunicação”, concebida como uma instituição social onde o ator social “participa dela não com suas palavras, mas também com seus gestos, seus olhares, seus silêncios” (1988, p.14). E aqui aparece a tão apreciada metáfora da orquestra:

Em sua qualidade de membro de determinada cultura, o ator social faz parte da comunicação, assim como os músicos fazem parte da orquestra. Mas, nessa vasta orquestra cultural, cada um toca adaptando-se ao outro. Só um pesquisador da comunicação poderá reconstituir

---

<sup>22</sup> “O recurso à etnografia tem, a rigor, significado uma ‘enérgica defesa’ de que o estudo das audiências televisivas se dê em seu cenário doméstico ‘natural’ e de que a recepção televisiva seja inserida nas práticas da vida cotidiana. Mas essa defesa tem na maior parte das vezes se traduzido numa concepção estreita da etnografia, que se tem transladado aos Estudos Culturais como um mero sinônimo de investigação qualitativa. Enquanto a etnografia tem representado um esforço de interpretação da cultura como um sistema semiótico geral, pelo menos é assim que ela aparece em Geertz, nos estudos de recepção ela se torna um mero conjunto de técnicas que possibilitam ao investigador chegar aos receptores. Sobretudo possibilita aos investigadores chegarem ao ‘espaço doméstico’ (GOMES, 2002, p.210).

<sup>23</sup> Meyerowitz, aliado aos conceitos de Goffman, busca compreender como a “mídia, especialmente a eletrônica, altera a ‘geografia situacional’ da vida social”(GUIDEENS, 2002, P. 83).



fragmentos de partitura, que se revelarão provavelmente de alta complexidade (WIKIN, 1998, p.14)

Stéphane Olivesi (1995) faz referência a como o modelo orquestral da comunicação, definido por Wikin, sintetiza os pressupostos comuns aos membros da escola de Palo Alto e que, paralelamente a este modelo, se faz prevalecer a idéia segundo a qual as diferentes formas de organização social se estruturam a partir de processos de interação que definem regras e modalidades de “estar junto”. Estes trabalhos vêm abrir espaços para o estudo das mídias na sua relação com o cotidiano com base em abordagens herdeiras do pragmatismo apropriado pela Escola de Chicago (que por sua vez fez florescer o interacionismo simbólico), da Escola de Palo Alto; e da fenomenologia de Schutz (que inspirou o desenvolvimento da etnometodologia).<sup>24</sup>

Gostaríamos, agora, de fazer referência a um processo comunicativo que envolve um produto específico de comunicação, os “materiais informativos” produzidos pela Aprosba, e compreender como estes participam na construção da identidade de prostitutas militantes. Consideramos que o acesso a tal processo pode se dar com base, fundamentalmente, nas interações nas quais os produtos de comunicação ganham e produzem significação. Ou, como propõe Yves Winkin (1998, p.13), investigando “[...] etnograficamente os comportamentos, as situações, os objetos que, numa comunidade dada, são percebidos como portadores de um valor comunicativo

### **Os materiais informativos produzidos pela Associação das Prostitutas da Bahia**

Assumimos a pressuposição de que a reflexividade é para os indivíduos um mecanismo fundamental nos seus processos de construção identitária, com a qual a mídia, contribui largamente hoje. Dando um enquadramento a esta questão, gostaríamos de discutir a participação de uma mídia específica, que são os materiais informativos produzidos pela APROSBA no processo de construção da identidade de seus membros. Estes materiais são comparáveis aos manuais de auto-ajuda, que têm caráter prático e correspondem a expressões de processos de reflexividade que esboçam e ajudam a conformar. Não pretendemos investigar os modos de apreensão dos materiais por parte dos seus “receptores”, nem medir os efeitos que se depreendem do consumo deste

---

<sup>24</sup> Ver HANS, Joas. Interacionismo simbólico. In: GUIDDENS, Anthony; TURNER, Jonathan. (orgs) *Teoria Social Hoje*. São Paulo: Editora UNESP, 1999. Também HERITAGE, John C.. Etnometodologia In: GUIDDENS, Anthony; TURNER, Jonathan. (orgs) *Teoria Social Hoje*. São Paulo: Editora UNESP, 1999.



produto. Nosso esforço está direcionado à compreensão dos mecanismos através dos quais ele faz sentido e contribui na construção de uma identidade. Portanto, não se trata aqui de uma análise de trocas de mensagens entre um emissor e um receptor, e ainda menos análise do conteúdo das mensagens trocadas. Procuramos observar comportamentos relacionados a essa mídia específica.

Consideramos importante “olhar” o processo de produção dos materiais destacando duas condições: Uma que envolve, no processo de produção, vários níveis de interação como a do movimento de prostituta da Bahia com as agendas das instituições financiadoras, principalmente o Ministério da Saúde; do movimento com as organizações empenhadas em questões referentes à violência contra a mulher, prevenção da Aids, e aos direitos e garantias constitucionais, por exemplo; e do movimento com outras associações de prostitutas, além da interação entre seus membros. A outra condição exige um deslocamento da análise de conteúdo do material para seu “valor” na veiculação/construção da identidade do grupo.

Quando os materiais informativos aparecem no contexto da comunicação para a prevenção da Aids, eles são definidos como um meio de comunicação voltado a um público específico que tem como objetivo a mudança de comportamentos em relação ao comportamento de risco. A APROSBA surge ligada a projetos de prevenção das DSTs/Aids desenvolvidos por ONGs/Aids, e é uma instituição que também se mantém, principalmente, através de projetos de prevenção das DSTs/Aids voltados para mulheres prostitutas. Estes projetos, em sua grande maioria, são financiados pelo Ministério da saúde e mantêm parcerias com instituições internacionais, e secretarias de saúde do Estado e do Município. Portanto, um dos resultados de suas ações é a produção dos chamados materiais informativos<sup>25</sup>.

Da concepção dos materiais participam os “membros” da instituição e ocasionalmente “agentes externos” que estejam envolvidos no trabalho da instituição. O conteúdo do material segue diretriz da Rede Brasileira de Prostitutas, que define os temas que em um determinado momento são centrais para o movimento. O processo de elaboração e de reprodução são acompanhados pelas mulheres que fazem os contatos.

Observamos que os materiais produzidos pela APROSBA entre 1996 a 2000 tinham como foco central a saúde. A partir de 2001 observa-se nos materiais uma mudança progressiva do foco da saúde para “direitos e deveres”, e “cidadania”. Gabriela Leite

---

<sup>25</sup> Os materiais informativos estão sendo denominados de IEC (Informação, Educação, Comunicação)



comenta que esta é uma tendência do movimento associativo de prostitutas, ou seja, buscar vincular de forma mais estreita o movimento às questões “mais políticas”, de fortalecimento da identidade, deixando a saúde em segundo plano.

Gabriela Leite fala dessa mudança:

Hoje em dia eu acho o seguinte: que todas as associações têm que ter o seu próprio material que tem uma cara, na cidade e tudo o mais . Que tenha o folheto com a missão certinho, tal , porque isso mostra que a associação, que as pessoas que fazem parte da associação estão sabendo o que estão fazendo e mostra pra sociedade o que que é que aquela associação faz e isso é fundamental. Com relação aos materiais específicos pra prevenção de Aids eu acho que hoje em dia não precisa fazer mais nada, só tem que aproveitar coisas antigas e modificar para coisas mais novas, mas não precisa fazer mais nada. Depois tem sido feito muito material, muito material, e muitos inclusive que não têm muito a ver entendeu? Por exemplo, eu acho que a campanha nacional (ver dados no *site* do ministério da saúde) a campanha nacional da “Maria sem vergonha” que nós ajudamos a fazer, que nós botamos lá nossa colher é uma campanha vitoriosa Porque você vê a “Maria sem vergonha” em tudo quanto é canto, ela tá em tudo quanto é canto, todo mundo gosta dela tal. Então eu acho que essa história....aquela, aquela cadernetinha faz muito sucesso no mundo da prostituição. E foi muito difícil fazer aquela caderneta junto com o ministério porque a gente queria botar outros assuntos além da Aids, como nós conseguimos botar, né? E ela faz sucesso exatamente por isso, porque ela fala.... e tem até aquela, aquela no final....que tem aquela agendinha onde as pessoas botam o que ganhou no dia, faz as suas continhas que é muito importante pras prostitutas, não é? É útil demais. Porque prostituta, por conta do estigma, sempre ela diz: ah, o dinheiro da gente é maldito, né? Ganha hoje, gasta hoje, é, mas o problema não é esse, que o que as pessoas ganham por mês a puta ganha por dia, não é? Então tem que ter uma fórmula, um controle diário. Então a gente fez aquele negocinho para controle diário e tal Então táva muito sucesso aquela cartilha, eu acho que se tem que reeditar alguma coisa, tem que se reeditar aquela cartilha eee com coisas mais modernas e tal, tá? E agora não precisa também tentar mais inventar a roda, né? Porque muitas coisas já foram feitas, né? Inventar a roda eu acho que é bobagem. Agora que cada um tenha o seu material próprio, da sua associação, e tudo o mais, eu acho o máximo. (Informação verbal)<sup>26</sup>

Se nos afastamos de uma análise dos conteúdos que são veiculados pelos materiais, ou de um estudo de sua recepção por um determinado grupo, e nos detemos em uma análise dos contextos que tornam possível ou não a sua circulação, talvez possamos melhor compreender o papel dos materiais informativos no jogo das interações que

---

<sup>26</sup> Entrevista realizada durante o I Seminário Nordestino de Sustentabilidade das Ações para Profissionais do Sexo realizado no período de 15 a 17 de dezembro de 2004, em Salvador .



produzem outras significações para a prostituição, e esclarecer a natureza da relação da instituição com tais materiais. Embora as prostitutas, a quem tais materiais se destinam, saibam muito pouco sobre o seu conteúdo, elas percebem que eles são “importantes” e sempre se movimentam no sentido de obtê-los. Por outro lado, se concebermos, numa perspectiva dos estudos dos efeitos da comunicação, que a função desses materiais é a de “modificar comportamentos” de risco em relação as DST/Aids, ou informar sobre “direitos e deveres” veremos que esta expectativa é inócua, pois concordamos com Paicheler (2000) quando esta afirma que medir os efeitos de um produto é uma tarefa escorregadia. Mas se pensamos na interação que não se resume a uma troca de mensagens entre um emissor e um receptor, e ainda menos ao conteúdo das mensagens trocadas (como nos sugere a “nova comunicação”) percebemos que se instaura uma certa dinâmica onde os materiais ganham significações. Considerando tal perspectiva, o que está em jogo na relação das militantes com os materiais?

O objetivo expresso pelas militantes em relação ao papel dos materiais, numa perspectiva normativa, é obter um determinado efeito — que é a mudança de comportamento em relação à informação sobre DST/Aids e direitos e deveres da prostituta. No entanto não se tem evidências, ou pelo menos nada permite sustentar uma tese de uma relação causal em que o que esteja em jogo seja, primordialmente, uma mudança de comportamento daqueles a quem os materiais se destinam. Mas, muito mais a constituição de um espaço de representação de uma identidade de militante que envolve a identidade de prostituta em significações mais positivas. Esta mídia, portanto, expressa a capacidade de um grupo (militantes) de apropriação, elaboração, e expressão de um conhecimento formal, saberes estes valorizados, constituindo-se em um meio de integração. E também de subjetivação, pois a capacidade de elaboração implica um reconhecimento mútuo da capacidade de cada indivíduo de se constituir como sujeito. A mídia registra o espírito que move o grupo, situando-o em relação às não militantes, às outras associações e a um centro que formula os princípios do movimento (a Rede Brasileira de Prostitutas). Ela comunica a militantes da APROSBA e aos “outros” a sua identidade.

Buscamos nos aproximar o máximo possível da significação dos materiais, indo além do significado atribuído a eles previamente, e isto implicou conhecer o mundo onde estes materiais ganham corpo e significação.



## Referências bibliográficas

ANDRADE, Ana. Caminhada de muitas bandeiras. *A tarde*, Salvador, 09 mar 2005. Local. Disponível em <<http://www.atarde.com.br>> Acesso 09/03/2005

BRIGHAM, Ciro. Prostitutas revelam como conviver com o preconceito. *A Tarde*, Salvador, 17 dez 2004. Aqui Salvador, p. 03.

BRIGHAM, Ciro. Jornal Dia internacional da prostituta *Correio da Bahia*, Salvador, 03 jun 2005 Aqui Salvador. Disponível em <<http://www.correiodabahia.com.br>> Acesso 03/06/2005

CARVALHO, Tatiany. Prostitutas buscam regulamentação da profissão. *Correio da Bahia*, Salvador, 30mai.2005. Trabalho. Disponível em <<http://www.correiodabahia.com.br>> Acesso 30/05/2005

CHAGAS, Fernanda. Prostitutas querem legalizar a profissão para ter direitos trabalhistas *Tribuna da Bahia*, Salvador. 17 dez de 2004

FRANÇA, Vera. Do telégrafo à rede: o trabalho dos modelos e a apreensão da comunicação. IN: PRADO, José Luiz (Org.). *Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas*. São Paulo: Hacker, 2002.

FRANCISCO, Luiz. Prostitutas vão administrar rádio FM em Salvador. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 08 mar 2006. Ilustrada.

GOMES, Itania Maria Mota. *Efeito e Recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre as mídias*. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas. 264f FACOM/UFBA, Salvador, 2000.

GIDDENS, Antony. *Modernidade e identidade*. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2002

HANS, Joas. Interacionismo simbólico. In: GUIDDENS, Anthony; TURNER, Jonathan (org). *Teoria Social Hoje*. Tradução de Gilson César Cardoso de Sousa. São Paulo: Editora UNESP, 1999

HERITAGE, John C. Etnometodologia In: GUIDDENS, Anthony; TURNER, Jonathan (org) *Teoria Social Hoje* Tradução de Gilson César Cardoso de Sousa. São Paulo: Editora UNESP, 1999.

LOBO, Sandro. Prostitutas querem direitos sociais garantidos por lei *A tarde*, Salvador, 15 dez 2004. Caderno Especial. p.03



LUCIO, Vaz. Prostituição pode ser regulamentada. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 04 dez. 2002. Caderno Cotidiano, p.C3

MATTELART, Armand e Michele. *Histórias das teorias da comunicação*, São Paulo: Edições Loyola, 1999.

OLIVESI, Stéphane. *De l'antropologie a l'épistemologie de la communication: variations critiques* autor de Palo Alto. *Revue Réseaux*. Disponível em <<http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/>>. Acesso em: 20 nov2005

PAICHELER, Geneviève. *La communication publique sur la sida en France: un bilan des stratégies et des actions* (1987-1996). CERMES/ANRS. Paris, fev 2000.

PAICHELER, Geneviève. *Modèles pour l'analyse de la gestion des risques liés au VIH: lines entre connaissances et actions*. *Sciences Sociales et Santé*, vol.15, n. 4, decembre 1997.

QUÉRÉ, Louis. Sociabilité et interactions sociales. *Revue Réseaux*, n. 28, Mars, 1998

RANGEL, Sérgio. Prostitutas aderem à revitalização do Rio. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 22 dez 2005 Caderno cotidiano

ROLDÃO, Ivete; MOREIRA, Reginaldo. *Maluco beleza: a experiência de um programa de rádio produzido por usuários da saúde mental*. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Anais. Porto Alegre, 2004. CD- ROM.

RUI, Sandrine foule sentimentale: récit amoureux, média et réflexivité. *Revue Réseaux*. Disponível em <<http://www.enssib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/>> acesso em :20 nov. 2005

SANTAELLA, Lúcia. A crítica das mídias na entrada do século XXI. In: PRADO, José Luiz (Org.). *Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas*. São Paulo: Hacker, 2002.

SURFISTINHA, Bruna. *O doce veneno do escorpião: o diário de uma garota de programa*. São Paulo: Panda Books, 2005.

QUADROS et al.. Radio web: uma experiência na UTP. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Anais, Porto Alegre, 2004. CD- ROM

VALVERDE, Monclar. Experiência e comunicação. *Textos de cultura e comunicação*, Salvador, UFBA, n. 35, jul. 1996. p.65-73.



VALVERDE, Monclar. Recepção e sensibilidade. In: VALVERDE, Monclar (Org.). *As formas do sentido: estudos em estética da comunicação*. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

WINKIN, Yves. *A nova comunicação: Da teoria ao trabalho de campo*. São Paulo: Papyrus, 1998.