

A indústria transnacional do sexo na web: anúncios virtuais de brasileiras em Portugal e no Brasil

The transnational sex industry on the web: virtual advertisements by Brazilian women in Portugal and Brazil

Taciana Silveira Passos¹

Marcos Antonio Almeida-Santos²

RESUMO: *Objetivou-se analisar o comportamento das trabalhadoras sexuais de nacionalidade brasileira em anúncios de websites brasileiro e português. Foi realizada uma descrição estatística dos perfis anunciados, seguida de análise de padrões de distribuição e associação entre palavras por meio da mineração de dados. A amostra consistiu em 7.837 anúncios [5.303 – fatalmodel.com (Brasil) e 2.534 – classificadosx.net (Portugal)], entre 2020-2021. Foram observadas diferenças significativas entre os anúncios de brasileiras nos dois países. Os anúncios publicados no Brasil apresentaram maior proporção de comunicações sobre prevenção de risco à saúde e segurança. Dentre os bigramas mais mencionados nos textos das anunciantes, destaca-se “estilo namoradinha” no Brasil, que remete à maior intimidade e relação afetiva; e “oral natural” em Portugal, que significa sexo oral-genital sem preservativo.*

Palavras-chave: *Trabalho sexual; Anúncios virtuais; Internet; Imigrante; Mineração de dados.*

ABSTRACT: *The objective was to analyze the behavior of Brazilian sex workers in advertisements on Brazilian and Portuguese websites. A statistical description of the advertised profiles was performed, followed by analysis of distribution*

1 Universidade Tiradentes (Unit). Aracajú, SE, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0002-5312-095X> E-mail: tacianasilveirapassos@gmail.com

2 Universidade Tiradentes (Unit). Aracajú, SE, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0003-0622-6257> E-mail: virtual.596@gmail.com

patterns and association between words through data mining. The sample consisted of 7,837 advertisements [5,303 – fatalmodel.com (Brazil) and 2,534 – classifiedsx.net (Portugal)], between 2020-2021. Significant differences were observed between the advertisements of Brazilian women in the two countries. Advertisements published in Brazil had a higher proportion of communications about prevention of risk to health and safety. Among the most mentioned bigrams in the texts of advertisers, the “girlfriend style” stands out in Brazil, which refers to greater intimacy and affectionate relationship; and “natural oral” in Portugal, which means oral-genital sex without a condom.

Keywords: Sex work; Virtual advertisements; Internet; Immigrant; data mining.

Introdução

Cada vez mais, trabalhadoras sexuais e seus clientes fazem contato usando tecnologia para facilitar serviços pessoais e arranjar encontros *off-line*. Igualmente importante, a revolução digital criou um meio pelo qual os serviços sexuais são comercializados em plataformas *on-line*. O mercado sexual baseado na Internet tornou-se difuso, facilitado pela comunicação mediada por dispositivos eletrônicos através de e-mails, salas de bate-papo, fóruns de mídia social e publicidade baseada na web (PRUITT, 2005; SANDERS, 2008; ADRIAENSSENS; HENDRICKX, 2012; BLACKWELL; DZIEGIELEWSKI, 2013; KILLE *et al.*, 2017).

A Internet permite a consolidação e promoção nacional e transnacional do trabalho sexual, além de simplificar a procura de serviços sexuais. Os indivíduos comumente publicam imagens de si mesmos, descrevem os serviços que oferecem, seus atributos físicos e indicam o valor que cobram pelos serviços (GRIFFITHS *et al.*, 2016; CUNNINGHAM *et al.*, 2017).

No entanto, existem especificidades nos anúncios *on-line* do trabalho sexual que variam de acordo com cada nação como, por exemplo, o tamanho do mercado, o nível de centralização, os tipos e serviços de trabalho sexual, as estratégias de grupo-alvo e os idiomas usados). Essas características dependem de peculiaridades *off-line* de cada mercado, além de aspectos culturais e políticas nacionais (PAJNIK *et al.*, 2016).

Trabalhadores sexuais migrantes podem estar em desvantagem, prejudicados por habilidades linguísticas e status de cidadania. Embora haja alguma evidência que sugira que migrantes estão se tornando dominantes em certos setores ou áreas geográficas dos mercados sexuais da Europa, sua presença *on-line* não é evidente nos mesmos números (SANDERS *et al.*, 2018).

Em Portugal, a prostituição não é uma atividade regulamentada, portanto, há carência de dados estatísticos precisos, dificultando a realização de estudos quantitativos. Com efeito, grande parte da pesquisa acadêmica é qualitativa e restringe-se apenas à capital e ao norte do país (RIBEIRO *et al.*, 2008; SILVA, 2013). Ainda assim, de acordo com

relatórios de Organizações Não Governamentais (ONG), estima-se que a maioria dos imigrantes no comércio sexual em Portugal são de nacionalidade brasileira (OLIVEIRA, 2018).

No Brasil, a legislação relativa ao trabalho sexual é semelhante à de Portugal (GRAÇA; GONÇALVES, 2016). Não obstante, o trabalho sexual é integrado na Classificação Brasileira de Ocupações (Classificação Brasileira de Ocupações) como resultado da campanha de Gabriela Leite para reconhecer o trabalho sexual como uma ocupação. Dessa forma, as trabalhadoras sexuais podem contribuir para fundos de pensão e, uma vez aposentadas, recebem os benefícios correspondentes (LENZ, 2015). Ainda assim, atualmente, há carência de dados estatísticos acerca do número de trabalhadoras sexuais no Brasil.

São escassos os estudos quantitativos sobre anúncios de prostituição brasileira na Internet (PASSOS; ALMEIDA-SANTOS, 2020a), e, até onde pudemos investigar, não foram encontrados estudos quantitativos sobre a prostituição brasileira anunciada em *websites* lusófonos, especialmente, no Brasil e em Portugal. Portanto, o objetivo geral do presente estudo foi analisar o comportamento das trabalhadoras sexuais de nacionalidade brasileira em anúncios de *websites* brasileiro e português. O objetivo específico é diferenciar a comunicação em anúncios de brasileiras publicados em seu país de origem daquelas que migraram para exercer a prostituição em outro país.

Materiais e métodos

Delineamento e população

Trata-se de estudo quantitativo descritivo e exploratório de dados extraídos de anúncios de trabalhadores sexuais publicados em *website* brasileiro [<https://fatalmodel.com>] e *website* português [<https://www.classificadosx.net/pt>], entre março de 2020 e fevereiro de 2021.

Os sites foram escolhidos primeiramente com base no ranking de tráfego orgânico estimado de acordo com pesquisa da empresa de

tecnologia da informação SimilarWeb [www.similarweb.com/], empresa que funciona como site de otimização de mecanismos de pesquisa (SEO). Os critérios de seleção posteriores foram: grande número de anúncios e uma estrutura de dados consistente e bem formada (ou seja, cada perfil deve ser projetado para permitir que as informações biográficas sobre trabalhadoras sexuais sejam apresentadas em modelo online padronizado).

Em 2019, Fatalmodel.com ocupou o 1º lugar entre *websites* de comércio sexual no Brasil, 103º lugar entre todos os *websites* mais visitados no país, e 107º lugar no ranking mundial da categoria ‘conteúdo adulto’. No total, são mais de cinquenta mil anúncios de contato que se dividem em três categorias (Mulheres; Transexuais; Homens). Os anúncios podem ser visualizados gratuitamente, o cliente não paga taxas nem precisa se cadastrar. Em contrapartida, no mesmo ano, Classificadosx.net também ocupou 1º lugar entre os *websites* de comércio sexual em Portugal, 124º lugar entre todos os *websites* mais visitados no país, e 1.115º lugar no ranking mundial da categoria ‘conteúdo adulto’. No total, são mais de vinte mil anúncios de contato que se dividem em quinze categorias (Mulheres; Homens; Casais & Swing; Massagens; Massagens Masculinas; Travestis & Transex; Gays; Strip Feminino; Strip Masculino; BDSM & Fetiche; Mobilidade Reduzida; Alojamento & Recrutamento; Sexo Virtual & Sex Phone; Sexshops & outros).

Os *websites* escolhidos utilizam um sistema de gerenciamento de conteúdo para exibir informações sobre cada trabalhadora sexual e apresentam vários itens de recursos em formato padrão para cada trabalhadora sexual. A natureza dinâmica do *website* muda diariamente, então a coleta manual de dados de anúncios foi feita em datas pré-definidas e em diferentes turnos. Devido à possível natureza temporária dos anúncios na Internet, as imagens foram capturadas por meio da ferramenta “tela de impressão” e armazenadas em pasta protegida por senha.

As informações de contato e cadastro do *website* foram classificadas e utilizadas para identificar duplicatas do conjunto de dados. Todas as informações textuais foram extraídas de cada anúncio. Com base em

pesquisas anteriores sobre o conteúdo das informações relatadas em anúncios de trabalho sexual na Internet (BLACKWELL; DZIEGIELLEWSKI, 2013; MANNING; BUNGAY, 2017; KILLE *et al.*, 2017), utilizamos um esquema de codificação que inclui variáveis relevantes específicas. Algumas variáveis foram codificadas como dicotômicas (“sim” ou “não”) para documentar a presença ou ausência no anúncio (Tabela 1).

Tabela 1 - Agrupamento das variáveis e suas definições operacionais

Agrupamento das variáveis do estudo e definições operacionais.					
Características demográficas	Idade	Cor da pele ^a	Corpo	Localização geográfica atual (região do país)	País de origem
Saúde	Comunicações que falam especificamente sobre práticas relacionadas à saúde que poderiam ser consideradas protetoras ou não (por exemplo, não uso de preservativos) ^b			Menções à pandemia por COVID-19	
Segurança, e Marketing	Local onde fornecem os serviços sexuais ^b	Comunicações de restrição a determinados serviços sexuais ou perfil de cliente	Comunicações de exigências impostas ao cliente	Foto facial visível ^b	Foto genital visível ^b
Negócios	As práticas de negócios referem-se a comunicações que detalham os valores em reais associados ao custo de serviços sexuais ^b				

Notas: a. Classificação étnico-racial do Brasil quanto à cor (branca, parda, preta) de acordo com as imagens e / ou autodeclaração textual do anúncio.

b. Variáveis codificadas como “sim” ou “não”.

Análise de dados

Inicialmente, as variáveis categóricas codificadas são apresentadas em número absoluto e porcentagem. As medidas de associação entre as variáveis categóricas são analisadas pelo teste do qui-quadrado de Pearson. As variáveis numéricas são apresentadas como média e desvio padrão. As comparações entre dois grupos são realizadas pelo teste t de Student

com os graus de liberdade de Satterthwaite, a fim de ajustar para eventual heterogeneidade de variância.

Em seguida, uma análise quantitativa de conteúdo foi realizada através da técnica de mineração de dados. Mais especificamente, através da mineração de dados é possível quantificar informações não quantitativas e muitas vezes textuais. O método pode ser aplicado a informações em vários formatos. Demonstra uma composição de objeto e recorte de corpus a partir de dados minerados num processo de extração automatizada em banco de dados, data *warehouses*, na web ou qualquer outro tipo de repositório massivo ou fluxo de dados. Pesquisadores que empregam análise de conteúdo usam unidades codificadas. Essas palavras-chave e códigos variam dependendo dos tipos de dados (ZARGHAMI *et al.*, 2008; HAN; KAMBER; PEI, 2011; GHAEDI; GOLSHANI, 2016).

Por tratar-se de estudo delineado com foco especial na avaliação quantitativa de elementos textuais, foram empregadas diversas técnicas de extração, manipulação sistemática e análise de dados em forma de texto. Foi utilizada uma abordagem estatística dos termos mais frequentes e foram criadas categorias que representam padrões classificatórios, ou seja, agregados textuais.

Empregaram-se ferramentas de processamento de linguagem natural para investigar padrões de distribuição e associação entre palavras. Antes de realizar a análise quantitativa, os textos passaram por várias etapas durante a preparação, tais como: exclusão de sinais de pontuação, símbolos e números; transformar todas as palavras em minúsculas de modo a evitar problemas relacionados à distinção entre maiúsculas e minúsculas; substituir palavras digitadas incorretamente; remoção de espaços em branco; aplicar um dicionário de “palavras de parada” ou “palavras de preenchimento” para excluir palavras que não transmitem significado verdadeiro, como “e”, “este”, “para”; segmentação e tokenização de frases, portanto, transformando cada palavra válida em uma variável de contagem verdadeira.

Em seguida, calculamos a diversidade lexical, cuja fórmula é o número de palavras únicas dividido pelo número inteiro de palavras. As

palavras únicas foram analisadas por país e em geral. Além disso, apresentamos sequências de duas palavras frequentemente combinadas, também conhecidas como “bigramas”.

Os gráficos de distribuição de frequência foram usados para ilustrar os padrões de distribuição das palavras mais comuns. Estimamos a proeminência ponderada das palavras por gráficos de nuvem de palavras, onde a importância de cada palavra é dada pelo seu respectivo tamanho e negrito. Todas as estimativas e gráficos foram realizados em Python, versão 3.7.10.

Aspectos éticos

A pesquisa teve início após a aprovação do Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade de Tiradentes, em 18 de dezembro de 2018, por meio do parecer 3.092.950 (CAAE: 85367418.3.0000.5371).

Os termos do contrato do *website* foram avaliados para garantir o acesso aberto para todos. O consentimento não foi necessário porque a pesquisa é realizada com o download de mensagens no *website* comercial, não há intervenção ou interação. As pessoas que escreveram os anúncios foram mantidas anônimas.

Resultados

A amostra foi composta por 7.837 perfis de mulheres brasileiras trabalhadoras sexuais (Tabela 2), sendo 2.534 (32,33%) anúncios no *website* português e 5.303 (67,67%) no *website* brasileiro. A faixa etária predominante variou entre os dois países ($p < 0,001$), sendo 18 a 23 anos (53,88%) no Brasil e 24 a 30 anos em Portugal (47,26%). O perfil majoritário nos dois países é de trabalhadoras sexuais com cor da pele branca (Brasil – 43,45%; Portugal – 53,00%; $p < 0,001$) e estrutura corporal de padrão normal ou “*midsize*”, popularmente conhecida por “nem gorda, nem magra” (Brasil – 70,24%; Portugal – 59,79%; $p < 0,001$). Ressalta-se que o anúncio apresenta uma autoavaliação corporal, não baseada em parâmetros técnicos.

Tabela 2 - Perfil das anunciantes de trabalho sexual em *website* brasileiro e português

	Brasil		Portugal		p-valor *
	N	%	N	%	
Faixa etária					<0,001
18 a 23 anos	2.854	53,88	577	22,78	
24 a 30 anos	1.847	34,87	1.197	47,26	
31 a 36 anos	361	6,82	440	17,37	
37 a 43 anos	170	3,21	248	9,79	
44 a 49 anos	44	0,83	56	2,21	
50 a 56 anos	19	0,36	12	0,47	
≥ 57 anos	2	0,04	3	0,12	
Cor da pele / etnia					<0,001
Branca	2.304	43,45	1.343	53,00	
Parda	1.940	36,58	985	38,87	
Preta	960	18,10	196	7,73	
Indígena	45	0,85	10	0,39	
Oriental	54	1,02	-	-	
Corpo					<0,001
Atlético	256	4,83	436	17,21	
Magro	884	16,67	417	16,46	
Normal	3.725	70,24	1.515	59,79	
Gordinho	418	7,88	134	5,29	
Extra	20	0,38	32	1,26	
Estatura					-
Baixa	-	-	173	6,83	
Média	-	-	1.939	76,52	
Alta	-	-	422	16,65	
Cabelo					-
Preto	-	-	831	32,79	
Castanho-escuro	-	-	579	22,85	
Castanho-claro	-	-	257	10,14	
Loiro	-	-	783	30,90	
Ruivo	-	-	84	3,31	
Cor dos olhos					-
Castanho-escuros	-	-	1.319	52,05	
Castanho-claros	-	-	946	37,33	
Verdes	-	-	205	8,09	
Azuis	-	-	64	2,53	
Idiomas					-
Nativo	-	-	1.288	50,83	
Bilingue	-	-	618	24,39	
Trilingue	-	-	418	16,49	
Poliglota	-	-	210	8,29	

* Teste de Qui quadrado

O *website* português apresenta estrutura de caracterização mais estratificada que o *website* brasileiro (Tabela 2). Além das variáveis supracitadas, também declaram nos anúncios o perfil de estatura (média – 76,52%), cor do cabelo (preto – 32,79% e loiro – 30,90%), cor dos olhos (castanho-escuros 52,05%), e idiomas (apenas o nativo – 50,83% e bilingue 24,39%).

Ainda que os anúncios publicados no Brasil possuam um maior volume de texto, os que são publicados no *website* português possuem maior diversidade lexical (Portugal – 9,2%; Brasil – 8,2%). Portanto, as trabalhadoras sexuais brasileiras em Portugal se utilizam de maior extensão do vocabulário e menor repetição de lexemas ao produzir o anúncio.

No Brasil os anúncios costumam apresentar mais fotos que em Portugal ($p < 0,0001$), com médias de aproximadamente 17 ± 72 e 4 ± 2 fotos por anúncio, respectivamente. Além de fotos, os anúncios brasileiros apresentam vídeos como opção de mídia de comparação, uma média de aproximadamente 2 ± 9 vídeos por anúncio. A média de preço do trabalho sexual ofertado por brasileiras é menor em seu país de origem (R\$ $186,3 \pm 79,9$) do que aquelas que ofertam o serviço em Portugal (R\$ $275,5 \pm 186,7$) ($p < 0,0001$) (Tabela 3).

Nos dois países, as mídias apresentadas nos anúncios, em sua maioria ($p < 0,001$), não apresentam mídias com rosto (Brasil – 85,69% e Portugal – 94,71%) e genital visíveis (Brasil – 78,67% e Portugal – 73,20%). No Brasil, o *website* especifica o público-alvo de clientes para cada anúncio. A grande maioria atende homens (99,04%), 61,87% dos indivíduos atendem casais e 43,90% atendem mulheres (Tabela 3).

No Brasil, pouco mais da metade das anunciantes (51,05%) possui local próprio para atendimento. Nos dois países, as trabalhadoras sexuais tendem a aceitar o deslocamento *in* ($p < 0,001$), ou seja, deslocamento a hotéis e/ou domicílio (Brasil – 90,59% e Portugal – 68,94%) e não aceitar deslocamento *out* ($p < 0,001$), isso é, viagens a outra cidade/localidade (Brasil – 63,06% e Portugal – 52,92%). Apenas 1,43% no Brasil e 0,12% em Portugal ofertam sexo exclusivamente on-line ($p < 0,001$) (Tabela 4).

Tabela 3 - Características dos anúncios de trabalhadoras sexuais brasileiras em *website* brasileiro e português

	Brasil			Portugal			p-valor †
	Min-Máx	Média ± DP	IC a 95%	Min-Máx	Média ± DP	IC a 95%	
Número de fotos	0 – 1860	16,9 ± 71,7	14,9 – 18,8	1 – 20	4,3 ± 2,3	4,2 – 4,4	<0,0001
Número de vídeos	0 – 273	1,5 ± 8,6	1,2 – 1,7	–	–	–	–
Preço por hora *	50 – 900	186,3 ± 79,9	184,0-188,3	65,9 – 988,5	275,5 ± 186,7	247,8-305,8	<0,0001
	N	%		N	%		p-valor *
Rosto visível (médias)							<0,001
Não	4.544	85,69		2.400	94,71		
Sim	759	14,31		134	5,29		
Genital visível (médias)							<0,001
Não	4.172	78,67		1.855	73,20		
Sim	1.131	21,33		679	26,80		
Atende homens							–
Não	51	0,96		–	–		
Sim	5257	99,04		–	–		
Atende mulheres							–
Não	2975	56,10		–	–		
Sim	2328	43,90		–	–		
Atende casais							–
Não	2.022	38,13		–	–		
Sim	3.281	61,87		–	–		

DP = Desvio Padrão; IC = Intervalo de Confiança. * Moeda brasileira. Valores convertidos para anúncios em Portugal (1 Euro □ 6,59 Real brasileiro, 24 de fev. 20:01 UTC). † Teste t de Student. * Teste de qui-quadrado

Tabela 4 - Comunicações de saúde e segurança no atendimento das anunciantes de trabalho sexual em *website* brasileiro e português

	Brasil		Portugal		p-valor*
	N	%	N	%	
Local próprio					–
Não	2.596	48,95	–	–	
Sim	2.707	51,05	–	–	
Deslocamento (in)					<0,001
Não	499	9,41	787	31,06	
Sim	4.804	90,59	1.747	68,94	
Deslocamento (out)					<0,001
Não	3.344	63,06	1.341	52,92	
Sim	1.959	36,94	1.193	47,08	
Online (exclusivamente)					<0,001
Não	5.227	98,57	2.531	99,88	
Sim	76	1,43	3	0,12	
24 horas/dia disponível					<0,001
Não	1.105	20,84	432	17,05	
Sim	4.198	79,16	2.102	82,95	
Restrições					–
Não	4.966	93,68	–	–	
Sim	335	6,32	–	–	
Exigências					–
Não	5.064	95,53	–	–	
Sim	237	4,47	–	–	
Independente					–
Não	–	–	214	8,45	
Sim	–	–	2.320	91,55	
Uso de preservativo					0,199
Não	5.153	97,17	2.475	97,67	
Sim	150	2,83	59	2,33	
Não uso do preservativo					<0,001
Não	4.856	91,57	1.945	76,76	
Sim	447	8,43	589	23,24	
Covid-19					<0,001
Não	5.285	99,66	2.499	98,62	
Sim	18	0,34	35	1,38	

* Teste de qui-quadrado

No discurso dos anúncios publicados no *website* brasileiro, foi possível observar alguns padrões de restrições (6,32%) e exigências (4,47%). As restrições eram, em sua maioria, sobre realização de sexo anal, uso de substâncias psicoativas e o não atendimento de clientes com telefones sem número de identificação e/ou ausência de foto em rede social. As exigências, na maioria das vezes, eram sobre higiene e/ou educação do cliente. Não foi encontrado esse tipo de comunicação nos anúncios de brasileiras em Portugal. O *website* português segregava os perfis em independentes (91,55%) ou não (2,33%), ou seja, aquelas que são agenciadas por cafetão(in) e/ou trabalham em bordéis (Tabela 4).

Quanto aos aspectos relacionados à saúde (Tabela 4), 2,83% dos perfis anunciados no Brasil e 2,33% dos perfis anunciados em Portugal comunicam obrigatoriedade do sexo com preservativo, sendo que não há uma diferença significativa na proporção entre os países ($p=0,199$). Em contrapartida, há uma proporção menor de oferta do sexo sem preservativo no Brasil comparado com a oferta em Portugal (8,43% e 23,24%, respectivamente, $p<0,001$). Sobre o tema Covid-19, há mais anúncios com relatos de cumprimento das medidas de proteção em Portugal do que no Brasil (1,38% e 0,34%, respectivamente, $p<0,001$).

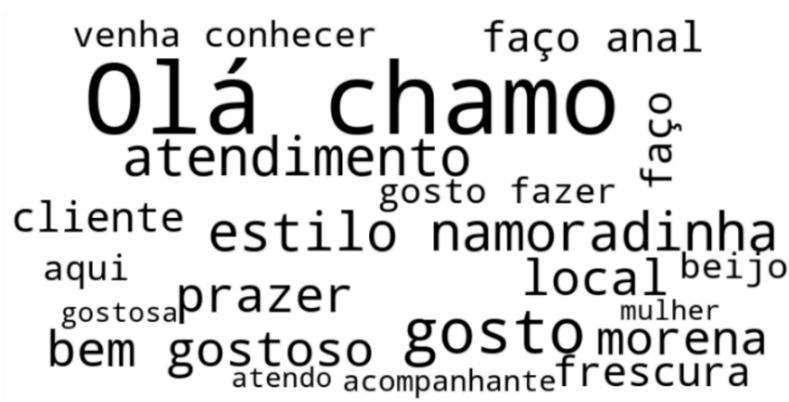
Realizou-se uma estimativa em forma de “nuvens de palavras” (“word clouds”), na qual a escala de fonte de cada palavra é proporcional a sua frequência (Figuras 1 e 2). Dentre as palavras mais frequentemente encontradas nos anúncios do *website* Português (Figura 1), observa-se que decorrem de atributos relacionados ao serviço sexual [prazer, oral (natural), completa], relacionadas às transações comerciais (atendimento, faço), características pessoais (mulher, morena, meiga, carinhosa, linda, loira), estratégia de marketing (fotos, real, novidade, completa) e saudação (olá).

Figura 1 - Nuvem de palavras mais frequentes no website Português [classificadosx.com]



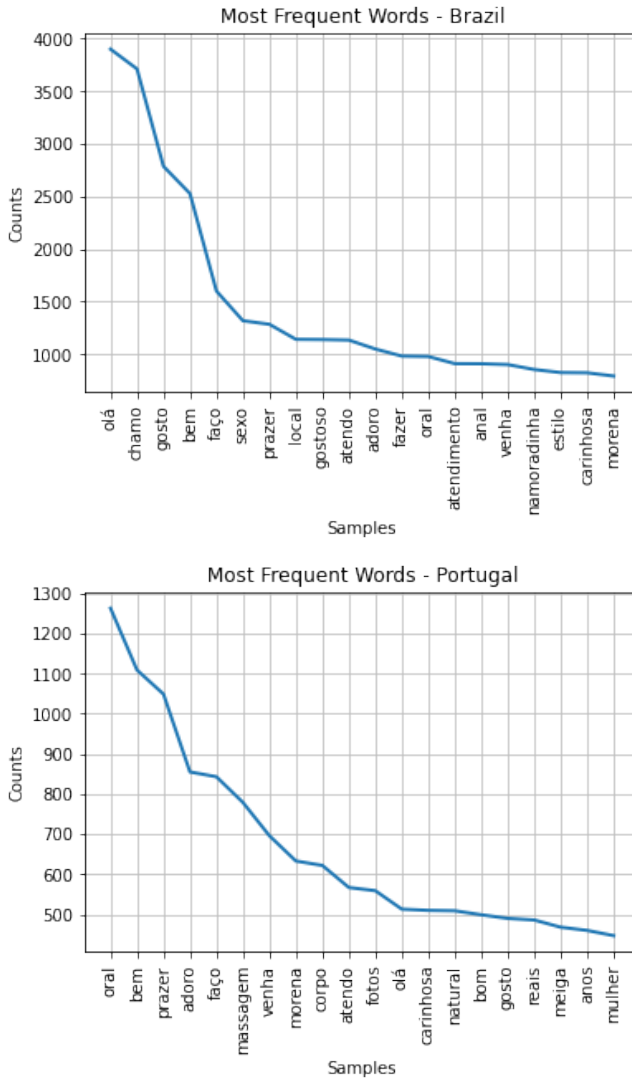
Dentre as palavras mais frequentemente encontradas nos anúncios do *website* Brasileiro (Figura 2), observa-se que decorrem de atributos relacionados à saudação e apresentação [olá, (me) chamo, (venha) conhecer], ao serviço sexual [(estilo) namoradinha, beijo, prazer, (bem) gostoso, acompanhante, (sem) frescura, anal], relacionadas às transações comerciais (atendimento, cliente, atendo, local, faço, fazer, gosto), e características pessoais (gostosa, morena, mulher).

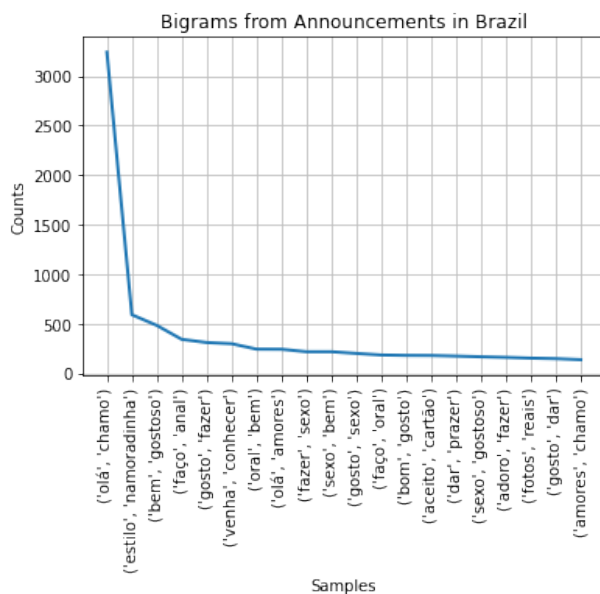
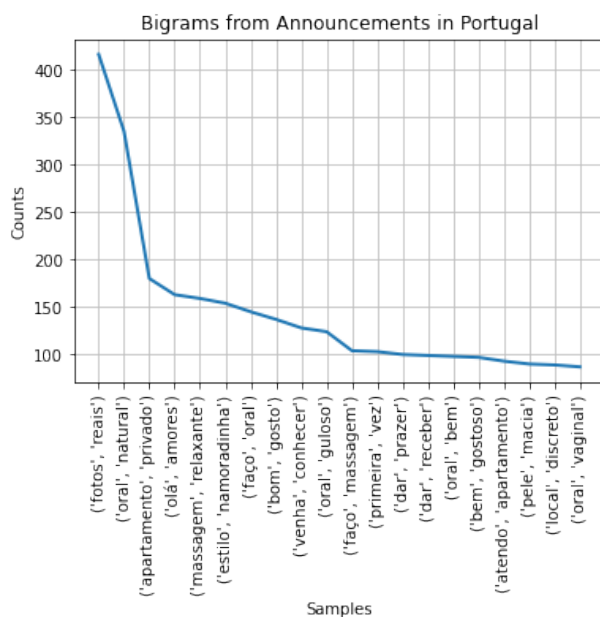
Figura 2 - Nuvem de palavras mais frequentes no *website* Brasileiro [fatalmodel.com]



A figura 3 ilustra as palavras e bigramas mais frequentes nos anúncios de brasileiras trabalhadoras sexuais em cada *website*.

Figura 3 - Palavras e Bigramas mais frequentes nos anúncios de brasileiras trabalhadoras sexuais em *website* Brasileiro [fatalmodel.com] e Português [classificadosx.com]





Nota: a. Palavras mais frequentes no *website* Brasileiro. b. Palavras mais frequentes no *website* Português. c. Bigramas mais frequentes no *website* Brasileiro. d. Bigramas mais frequentes no *website* Português.

A maioria dos anúncios no Brasil incluíam uma saudação com apresentação (olá; chamo); a oferta do serviço sexual “estilo namoradinha”; e a qualificação do serviço (bem gostoso). Em contrapartida, os anúncios das brasileiras em Portugal costumam ser mais diretos. Os três binômios mais frequentes no *website* português foram: “fotos reais”; “oral natural”; e “apartamento privado” (Figura 3). Vale ressaltar que “oral natural” se refere à prática de sexo oral sem preservativo.

Discussão

Os resultados do estudo baseiam-se em entendimentos empíricos nascentes do conteúdo de anúncios baseados na Web (KILLE *et al.*, 2017; CUNNINGHAM *et al.*, 2018; CAMPBELL *et al.*, 2019; SANDERS *et al.*, 2016, 2018, 2021). Nesses anúncios, as trabalhadoras sexuais comunicaram informações significativas que refletiam características demográficas, bem como suas práticas pessoais de saúde e segurança (por exemplo, uso de preservativo, condicionamento físico, restrições). Essas comunicações de saúde fornecem informações importantes sobre a natureza e as normas do trabalho sexual na Internet e as práticas, comportamentos de saúde e bem-estar geral daqueles que anunciam neste contexto.

As descobertas também fornecem alguns novos *insights* sobre as características da população em anúncios de prostituição como predominantemente jovem e cor da pele branca. Essas características são semelhantes às descritas em outras pesquisas de trabalho sexual baseadas na Internet (CASTLE; LEE, 2008; GROV *et al.*, 2014; KILLE *et al.*, 2017) e em contraste direto com pesquisas situadas em mercados de rua (MIMIAGA, 2009, LIMA *et al.*, 2017) que demonstram um maior número de população não branca com idade superior a 30 anos e diversos arranjos financeiros onde as taxas cobradas são valores por serviço com potencial de renda menor.

Diferenças entre participantes no Brasil e em Portugal seriam esperadas porque o trabalho sexual foi oficialmente reconhecido como uma profissão no Brasil, mas não em Portugal. Além disso, autores consideram

que a sociedade brasileira é muito mais indulgente ao trabalho sexual do que a portuguesa (MULLET *et al.*, 2020).

As mulheres brasileiras, no Brasil, listam mais comunicações de segurança em geral e fazem isso comunicando restrições e exigências, especialmente sobre serviços, comportamento, pagamento, identificação e o uso de substâncias. Brasileiras em Portugal comunicam detalhes mínimos de segurança. Essa descoberta adiciona nuances sobre como podem ser diferentes as estratégias entre trabalhadoras do sexo para mitigar os riscos de violência de acordo com características demográficas. Além de demonstrar o papel das comunicações baseadas na Internet no âmbito da troca comercializada para prevenção de riscos relacionados à segurança (MOORMAN; HARRISON, 2016; SANDERS; CONNELLY; KING 2016; SANDERS *et al.*, 2018; CAMPBELL *et al.*, 2019). As tentativas de manter a privacidade e a segurança também se refletiram nas fotos fornecidas nos anúncios. A minoria dos anúncios, tanto no Brasil quanto Portugal, continha fotos faciais identificáveis.

No Brasil, há maior segurança para o cliente também, pois a plataforma incentiva o anexo de mídia de comparação para gerar mais credibilidade aos perfis. A mídia de comparação consiste em vídeo que fica exposto no perfil dos anunciantes e mostra a pessoa em vários ângulos (frente, lado e costas) segurando uma placa de identificação, sem edições e vestindo apenas roupa íntima. Como não há esse recurso de mídia de comparação em Portugal, os clientes ficam mais inseguros em relação à verdadeira identidade visual da trabalhadora sexual. Isso se reflete no bigrama mais mencionado pelas brasileiras em Portugal (“fotos reais”). Percebe-se a necessidade de demonstrar credibilidade no discurso do anúncio. Além disso, a diversidade lexical em um texto mais curto pode ser uma estratégia de comunicação compensatória para convencer o público a consumir os serviços ofertados.

Estreitar as modalidades de ancoragem de uma atividade ou interação cotidiana, aqui é tratado como ancoragens ou parênteses (brackets), também como os marcadores pontuados por Goffman (2012). As convenções episódicas, anunciadoras de atos de início ou desfecho, podem

ser analisáveis, seguindo o que Goffman (2012) desmembrou como parênteses externos (delimitadores de um episódio interacional) e parênteses internos (estruturantes internamente dos atos cênicos ou dos *rounds*). A palavra inicial “Olá” nos anúncios representa o uso de ancoragem de uma interação, é uma evidência de parêntese interno aplicada à midiaticização da interação das trabalhadoras sexuais com seus clientes.

O bigrama “estilo namoradinha” definido como a oferta de atividades de namoro, sexo e afetividade que seriam esperadas em relacionamento adulto não comercial, apareceu com maior frequência nos anúncios de brasileiras no seu país de origem. De acordo com estudo realizado na Espanha, nas últimas décadas, uma série de serviços sexuais que oferecem companhia, conversa e, de forma mais geral, o que se entende por “experiência de namorada”, são cada vez mais oferecidos a uma clientela de classe média e média alta (CARBONERO; GÓMEZ-GARRIDO, 2018).

Em Portugal, destacou-se o bigrama “oral natural” que significa sexo oral-genital sem preservativo. Embora haja evidências crescentes de que muitas trabalhadoras do sexo podem apresentar taxas de infecções sexualmente transmissíveis (IST) semelhantes ou inferiores à da população em geral (DONOVAN *et al.*, 2012; WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2013; PASSOS; ALMEIDA-SANTOS, 2020b), a falta de exigência de preservativo para sexo oral-genital ainda pode representar uma ameaça significativa à saúde (BIMBI; PARSONS, 2005; BUNGAY *et al.*, 2013; KOLAR; ATCHISON; BUNGAY, 2014). Por exemplo, IST como sífilis, gonorreia e clamídia podem ser transmitidas por contato oral-genital e podem ser assintomáticas (HOLMES *et al.*, 2008).

Nos dois países, uma parcela pequena menciona a pandemia por COVID-19 quanto ao cumprimento do distanciamento social, medidas de proteção e oferta de sexo on-line. Os achados corroboram com estudo realizado em anúncios de trabalho sexual na Internet no contexto ibero-americano (PASSOS; ALMEIDA-SANTOS, 2020c).

Limitações

Acerca de limitações do trabalho em questão, a presente amostra deriva de fonte secundária com informações circunscritas ao que foi publicado em *websites* e anúncios de trabalhadores sexuais. Adicionalmente, diferenças entre as estruturas dos *websites* impediram comparações entre variáveis apenas disponíveis em um deles. Entretanto, buscou-se trazer a lume informações e análises acerca de um mercado em crescimento: à medida que a Internet continua a expandir-se como mecanismo facilitador de relações entre indivíduos, estima-se que um número cada vez maior de trabalhadores sexuais anunciará serviços por esse meio. Os resultados desta investigação poderão suscitar políticas com foco em campanhas de saúde pública voltadas aos indivíduos que estão envolvidos direta ou indiretamente com o trabalho sexual comercializado na Internet.

Considerações finais

A análise de conteúdo por meio da mineração de dados revelou códigos na comunicação referentes às características pessoais, serviços sexuais oferecidos e práticas de risco. As normas de linguagem da indústria do sexo eram evidentes nos títulos das obras e nas características físicas comunicadas ao longo dos anúncios com variações que mapeavam o gênero.

A capacidade de anunciar via Internet continua a contribuir para a mudança na dinâmica do trabalho sexual comercial adulto criando oportunidades para profissionais do sexo determinarem como conduzirão seus negócios e permitindo maior controle sobre seu trabalho. Ainda assim, os resultados sugerem que as brasileiras que anunciam em *website* do seu país de origem possuem comunicações menos arriscadas e mais protetivas quanto à saúde e à segurança que aquelas que migraram para exercer e anunciar o trabalho sexual em Portugal.

A comunicação online continua a oferecer oportunidades para conectar, mobilizar e disseminar informações entre organizações de serviços

diretos. Informações importantes podem ser obtidas mediante a análise quantitativa do conteúdo de propaganda sobre as práticas do setor. De posse dessas informações, torna-se viável desenvolver programas de educação em saúde e segurança mais eficazes para melhor apoiar a saúde das trabalhadoras sexuais e seus clientes.

Referências

- BIMBI, D. S.; PARSONS, J. T. Barebacking among Internet based male sex workers. *Journal of gay & Lesbian psychotherapy*, v. 9, n. 3-4, p. 85-105, 2005.
- BUNGAY, V. et al. Community-based HIV and STI prevention in women working in indoor sex markets. *Health promotion practice*, v. 14, n. 2, p. 247-255, 2013.
- CAMPBELL, R. et al. Risking safety and rights: online sex work, crimes and 'blended safety repertoires'. *The British journal of sociology*, v. 70, n. 4, p. 1539-1560, 2019.
- CARBONERO, M. A.; GÓMEZ-GARRIDO, M. Being like your girlfriend: Authenticity and the shifting borders of intimacy in sex work. *Sociology*, v. 52, n. 2, p. 384-399, 2018.
- CASTLE, T.; LEE, J. Ordering sex in cyberspace: a content analysis of escort *websites*. *International Journal of Cultural Studies*, v. 11, n. 1, p. 107-121, 2008.
- CUNNINGHAM, S. et al. Behind the screen: Commercial sex, digital spaces and working online. *Technology in society*, v. 53, p. 47-54, 2018.
- DONOVAN, B. et al. 2010. Improving the health of sex workers in NSW: maintaining success. *New South Wales Public Health Bulletin*, v. 21, n. 3-4, p. 74-77, 2010.
- GHAEDI, M. R.; GOLSHANI, A.. Content analysis method: From quantity-orientation to quality-orientation. *Psychological methods and models*, v. 7, n. 23, p. 57-82, 2016.
- GOFFMAN, E. *Ritual de Interação: Ensaio sobre o comportamento face a face*. Tradução: Fábio Rodrigues. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.
- GRAÇA, M.; GONÇALVES, M. Prostituição: Que modelo jurídico político para Portugal?. *Revista de Ciências Sociais*, v. 59, p. 449-480, 2016.
- GROV, C. et al. What kinds of workshops do Internet-based male escorts want? Implications for prevention and health promotion. *Sexuality Research and Social Policy*, v. 11, n. 2, p. 176-185, 2014.
- HAN, J.; KAMBER, M.; PEI, J. *Data Mining: Concepts and Techniques*. San Francisco, USA: Morgan Kaufmann Publishers Inc., 2011.
- HOLMES, K. K. et al. *Sexually Transmitted Diseases*. 4ª ed. New York: McGraw Hill, 2008.
- KILLE, J. et al. A content analysis of health and safety communications among Internet-based sex work advertisements: important information for public health. *Journal of medical Internet research*, v. 19, n. 4, 2017.
- KOLAR, K.; ATCHISON, C.; BUNGAY, V. Sexual safety practices of massage parlor-based sex workers and their clientes. *AIDS Care*, v. 26, n. 9, p. 1100-1104, 2014.

- KOZINETTS, R. V. *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso, 2014. 208 p.
- LENZ, F. *Gabriela Leite*. Global Network of Sex Work Projects (NSWP). 2015. Disponível em: <http://www.nswp.org/swleader/gabriela-leite>. Acesso em: 25 abr. 2021.
- LIMA, F. S. S. *et al.* Factors associated with violence against female sex workers in ten Brazilian cities. *Cadernos de Saúde Pública*, v. 33, 2017.
- MOORMAN, J. D.; HARRISON, K. Gender, Race, and Risk: Intersectional Risk Management in the Sale of Sex Online. *Journal of Sex Research*, v. 53, n. 7, p. 816-824, 2016.
- MULLET, E. *et al.* Mapping Brazilian and Portuguese young people's positions towards highly paid sex work. *Sexuality Research and Social Policy*, v. 17, n. 4, p. 568-581, 2020.
- OLIVEIRA, A. Prostituição em Portugal: uma atividade marginalizada num país que tolera mais do que persegue. *Bagoas*, v. 6, n. 17, p. 201-224, 2018.
- PAJNIK, M. *et al.* Digitalising sex commerce and sex work: a comparative analysis of French, Greek and Slovenian *websites*. *Gender, Place and Culture: A Journal of Feminist Geography*, v. 23, n. 3, p. 345-364, 2016.
- PASSOS, T. S.; ALMEIDA-SANTOS, M. A. Anuncios de mujeres brasileñas en la industria transnacional del sexo en un sitio web español. *Sexualidad, Salud y Sociedad*, n. 35, p. 82-111, 2020a.
- PASSOS, T. S.; ALMEIDA-SANTOS, M. A. Condomless sex in Internet-based sex work: systematic review and meta-analysis. *Research, Society and Development*, n. 9, n. 12, 2020b.
- PASSOS, T. S.; ALMEIDA-SANTOS, M. A. Trabalho sexual em período de pandemia por COVID-19 no contexto ibero-americano: análise de anúncios em *websites*. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 25, n. 11, p. 4237-4248, 2020c.
- RIBEIRO, M. *et al.* *Vidas na raia: Prostituição feminina em regiões de fronteira*. Porto: Edições Afrontamento, 2008.
- SANDERS, T. Male sexual scripts: Intimacy, sexuality and pleasure in the purchase of commercial sex. *Sociology*, v. 42, n. 3, p. 400-417, 2008.
- SANDERS, T.; CONNELLY, L.; KING, L. J. 2016. On our own terms: The working conditions of Internet-based sex workers in the UK. *Sociological Research Online*, v. 21, n. 4, p. 1-14, 2016.
- SANDERS, T. 2018. Introduction: Technology, social change and commercial sex online. In: *Internet sex work*. Palgrave Macmillan: Cham, 2018. p. 1-21.
- SANDERS, T. *et al.* Male independent sex workers in the digital age: Online male escorting in the United Kingdom. In: SCOTT, John Geoffrey; GROV, Christian; MINICHIELLO, Victor (Orgs.) *The Routledge Handbook of Male Sex Work, Culture, and Society*. Routledge, 2021. p. 272-286.
- SILVA, A. C. B. Dentro de Portas - Trabalhadores do sexo em contexto de interior: utilização e acesso a serviços de saúde na área da infeção VIH/Sida. 2013. Dissertação de mestrado. Escola Nacional de Saúde Pública, Lisboa, 2013.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. *Implementing comprehensive HIV/STI programmes with sex workers: practical approaches from collaborative interventions*. Geneva, Switzerland: World Health Organization; 2013.

ZEIGHAMI, R. *et al.* Content analysis, from quantitative to qualitative. *Iran Journal of Nursing*, v. 21, n. 53, p. 41-52, 2008.

Sobre os autores

Taciana Silveira Passos – Professora substituta do Departamento de Saúde Coletiva da Universidade de Brasília (UnB). Doutora e Mestre em Saúde e Ambiente, Universidade Tiradentes (UNIT), Aracaju/SE. No presente artigo, a autora contribuiu com a concepção do projeto, coleta de dados, interpretação dos resultados, redação do manuscrito e revisão final.

Marcos Antonio Almeida-Santos – Professor titular do Programa de Pós-graduação em Saúde e Ambiente da Universidade Tiradentes (UNIT). Pesquisador do Instituto de Tecnologia e Pesquisa (ITP). Doutor em Ciências da Saúde. No presente artigo, o autor realizou a elaboração da metodologia, análise estatística, interpretação dos resultados e revisão final do manuscrito.

Data de submissão: 11/04/2022

Data de aceite: 12/07/2022