



UNIVERSIDADE
LUSÓFONA

**Centro Universitário de Lisboa
Instituto Serviço Social
Riscos e Violências nas Sociedades Atuais: Análise e Intervenção Social**

AS EXPERIÊNCIAS SEXUAIS DE CLIENTES DE SEXO COMERCIAL EM CONTEXTO ABRIGADO

Dissertação de Mestrado apresentada a provas públicas para a obtenção de grau de mestre em Riscos e Violências nas Sociedades Atuais: Análise e Intervenção Social, orientada pelo Professor Doutor Nélson Ramalho

Bárbara Cristina Bragança Moreno

2024

www.ulusofona.pt

Centro Universitário de Lisboa
Instituto Serviço Social
Riscos e Violências nas Sociedades Atuais: Análise e Intervenção Social

AS EXPERIÊNCIAS SEXUAIS DE CLIENTES DE SEXO COMERCIAL EM CONTEXTO ABRIGADO

VERSÃO FINAL

Dissertação defendida em provas públicas na
Universidade Lusófona – Centro
Universitário de Lisboa no dia 20/05/2024,
perante o júri, nomeado pelo Despacho de
Nomeação nº.: 788/2024 de 4 de abril, com a
seguinte composição:

Presidente: Prof.^a Doutora Fátima Gameiro

Arguente: Prof.^a Doutora Filipa Alvim

Orientador: Prof. Doutor Nélson Ramalho

Bárbara Cristina Bragança Moreno

2024

À minha mãe Cristina

Agradecimentos

A realização desta dissertação de mestrado contou com o apoio e incentivo de diversas pessoas, às quais estarei eternamente grata.

Ao Professor Doutor Néilson Ramalho, pela sua orientação de excelência, palavras de incentivo e total apoio e disponibilidade para solucionar dúvidas e inseguranças.

À Professora Doutora Fátima Gameiro, que ainda que tenha imensas responsabilidades, dispensou sempre do seu tempo para ouvir desabafos e procurar saber se os seus alunos estão bem.

À Mitsuko Yagyu, Diretora Técnica do Satoé, que fez de tudo para me fazer sentir recebida numa equipa incrível e por me deixar escrever a dissertação, em horário de trabalho, depositando confiança nas minhas capacidades de gestão de tarefas de trabalho e elaboração da dissertação.

Aos meus amigos Marta Silva, por me motivar e ouvir nos momentos de maior desânimo, Inês Alves, parceira nos trabalhos de grupo no decorrer do mestrado e uma colega, que se tornou uma grande amiga no processo de investigação, enquanto ela própria se encontrava a elaborar a sua dissertação, Inês Branco e Joana Afonso, pelo contínuo apoio e demonstração de interesse pela problemática investigada e Luís Torrão, por me lembrar sempre qual o meu objetivo e que não poderia desistir tão perto da meta.

Por último, mas nunca menos importante, um especial agradecimento à minha mãe, por me inspirar a ser a mulher que sou hoje.

A todos, o meu mais sincero agradecimento.

Resumo

A investigação científica sobre trabalho sexual tem sido crescente. Todavia, no contexto português, os estudos sobre os clientes do sexo comercial têm sido limitados. Assim, para suprir esta lacuna, a presente investigação pretendeu conhecer e analisar as suas experiências sexuais com profissionais do sexo. Para tal, através de uma netnografia, procedeu-se à análise de comentários efetuados pelos clientes de sexo comercial acerca das suas experiências sexuais publicados no fórum *GP-PT.net*, no ano de 2022. Verificou-se que as experiências sexuais dos clientes são vivenciadas de formas distintas e influenciadas por diferentes fatores que variam de acordo com o preço e o local da prestação dos serviços sexuais, os atributos físicos e relacionais das profissionais do sexo, assim como com o controlo de tempo efetuado por estas. Deste modo, a presente investigação ajudou a melhorar a compreensão do sujeito clientelar, possibilitado a desconstrução de mitos e estereótipos que, socialmente, persistem sobre estes.

Palavras-chave: trabalho sexual; trabalho sexual *online*; clientes do sexo comercial; experiência sexual.

Abstract

Academic and scientific research into sex work has been increasing. However, in the Portuguese context, studies about commercial sex clients are limited. In order to fill this scientific gap, this research aimed to understand and analyze their sexual experiences with sex workers. To this end, through netnography, we analyzed comments made by commercial sex clients about their sexual experiences published on the *GP-PT.net* forum, in the year 2022. It was found that the clients sexual experiences are experienced in different ways and influenced by different factors that vary according to the price and location of the sexual services, the physical and relational attributes of sex workers, as well as the time control carried out by them. In this way, the present investigation helped to improve the understanding of the client, enabling the deconstruction of myths and stereotypes that, socially, persist about them.

Keywords: sex work; online sex work; sex work clients; sexual experience.

Índice

Resumo	v
Abstract	v
Introdução	1
Capítulo 1. Trabalho sexual	3
1.1. Trabalho sexual <i>versus</i> prostituição	3
1.2. Trabalho sexual <i>online</i>	5
1.3. Clientes do sexo comercial e suas experiências sexuais	7
Capítulo 2. Metodologia	12
2.1. Objetivos	12
2.2. Método	12
2.3. Procedimento	13
2.3.1 <i>A escolha do fórum</i>	13
2.3.2. <i>Seleção dos dados</i>	18
2.3.3. <i>Recolha e análise de dados</i>	18
Capítulo 3. Apresentação e discussão de resultados	20
3.1. O processo negocial dos serviços sexuais mediado por plataformas digitais	20
3.2. Os "locais de prazer": Sua localização, privacidade, higiene e conforto	21
3.3. Preços dos serviços sexuais	22
3.4. Desejos e práticas sexuais	24
3.5. Atributos e Competências das Trabalhadoras do Sexo	25
3.5.1. <i>Atributos Físicos</i>	25
3.5.2. <i>Atributos psicológicos, relacionais e sexuais</i>	28
3.6. Comportamentos de risco e violência(s) durante as práticas de sexo comercial	30
Considerações finais	33

Referências Bibliográficas	35
Anexos	xi

Índice de tabelas

Tabela 1. Tipologias do <i>rank</i>	17
Tabela 2. Funções extra atribuídas aos <i>ranks</i>	18
Tabela 3. Dicionário de categorias.....	21

Índice de figuras

Figura 1. Exemplo de advertência na sala “Muro da Vergonha”	20
---	----

Introdução

A presente investigação realiza-se no âmbito do curso de mestrado em Riscos e Violência(s) nas Sociedades Atuais: Análise e Intervenção Social, do Instituto de Serviço Social da Universidade Lusófona – Centro Universitário de Lisboa, com o apoio e orientação do Professor Doutor Nélson Ramalho.

Esta dissertação centra-se num grupo pouco estudado e, consequentemente, pouco conhecido: os sujeitos clientelares do trabalho sexual. O interesse por estes sujeitos parte de um conjunto de razões de cariz académico, pessoal, social e científico.

No que concerne às *razões académicas*, salienta-se o facto da temática do trabalho sexual ter sido pouco explorada no decurso da parte curricular do mestrado, existindo um maior enfoque na temática da violência doméstica, que se justifica, por ser o crime mais praticado em Portugal (RASI, 2022). Contudo, atendendo a que, desde cedo, a aluna contactou de perto com a realidade do trabalho sexual ao ter crescido num bairro social, em Lisboa, onde, ocasionalmente, co-existia a compra de sexo comercial em contexto de rua, tendo tido a possibilidade de dialogar diretamente com trabalhadoras do sexo que ali exerciam a sua atividade, fez com que não só despertasse para a compreensão de mitos e perceções erradas sobre as pessoas que realizam trabalho sexual, como para a curiosidade em conhecer os próprios sujeitos clientelares de sexo comercial, as suas motivações e experiências pessoais. Desta forma, razões de *cariz pessoal* também contribuíram para a escolha do tema em estudo.

Em relação às razões de *ordem social*, destaca-se a existência de um forte estigma social tanto sobre quem pratica trabalho sexual, como sobre quem compra sexo comercial, prevalecendo a ideia de que pessoas trabalhadoras do sexo são “exploradas” e os compradores de sexo comercial agentes ativos do sistema de “exploração sexual”. Essa perceção social tem sido construída, sobretudo, como veremos adiante, a partir de perspetivas feministas abolicionistas que tendem a observar a mulher como “a vítima” – oprimida – e o homem “o vilão” – dominador e agressivo (Sacramento & Ribeiro, 2010).

Por fim, quanto às razões de *ordem científica*, verifica-se que os estudos sobre o trabalho sexual têm incidido maioritariamente sobre as pessoas que prestam serviços sexuais (sobretudo mulheres) (Sanders, 2008; Capelo, 2016; Cruz, 2016; Rolo, 2017), seja através de uma abordagem criminológica, sanitária, desviante ou moral (Martín & Falcón, 2021). E, como tal,

os sujeitos clientelares – na sua maioria constituídos por homens (CIS, 2009)¹ – têm sofrido de uma maior invisibilidade social e científica, dado os limitados estudos sobre eles. Pese embora a investigação sobre a realidade do trabalho sexual seja crescente (Sacramento, 2005; Oliveira, 2008; Girão, 2009; Coelho, 2009; Matias, 2014; Melo, 2015; Cruz, 2016; Rolo, 2017; Oliveira, 2017; Pinto, 2018; Moreira, 2019; Ramalho, 2012, 2019, 2021), parece existir uma lacuna na investigação científica sobre clientes, no contexto português, onde o tema não tem sido devidamente explorado, à exceção dos trabalhos desenvolvidos por alguns investigadores portugueses (Sacramento, 2005; Marques, 2013; Cruz, 2016; Ramalho & Vaz, 2016) razão pela qual se procurou incidir sobre os clientes de sexo comercial. Isso implicou estudar o comportamento dos clientes em relação ao consumo de sexo comercial e a sua experiência pessoal (Connell, 2005), possibilitando uma compreensão (e desmitificação) das relações entre as pessoas que interagem no processo de compra e venda de serviços sexuais.

Sanders e colegas (2018) referem que a existência de fóruns/websites onde os clientes do sexo dão a sua opinião sobre a sua experiência sexual, trocam opiniões, partilham (de forma segura) dúvidas e preocupações são extremamente importantes porque se constituem importantes redes de suporte social entre pares, baseadas no anonimato. Como tal, a partir do acesso a um fórum de discussão entre clientes, conseguiu chegar-se às suas narrativas por via de uma *netnografia*, com o objetivo de conhecer o processo negocial das práticas sexuais mediado por plataformas digitais, conhecer a avaliação clientelar acerca das suas experiências sexuais e identificar a existência de comportamentos de risco e/ou violência nas práticas do sexo comercial e os fatores a eles associados.

A presente investigação está, assim, dividida em três capítulos. O primeiro aborda conceitos essenciais para a compreensão do estudo (“trabalho sexual” vs “prostituição”), a temática do trabalho sexual *online*, dos clientes do sexo comercial e das suas experiências sexuais. O segundo capítulo, focado na abordagem metodológica, procura descrever os procedimentos de acesso, recolha e análise dos relatos dos clientes de sexo comercial. E o terceiro capítulo apresenta e discute os resultados encontrados.

¹ Mulheres trans ou homens que vendem serviços sexuais também têm como principais clientes pessoas do género masculino (Hor et al., 2005; Mulieri et al., 2013; Ramalho, 2019).

Capítulo 1. Trabalho sexual

1.1. Trabalho sexual *versus* prostituição

Não é possível compreender o trabalho sexual sem analisar a sua relação direta e indireta com a sexualidade, o prazer, o sentimento e a subjetividade individual dos clientes. Por isso, antes de mais, é essencial procurar definir o conceito de trabalho sexual. Segundo Lopes (2006) e Oliveira (2008), o trabalho sexual é uma atividade comercial de venda de serviços sexuais, entre pessoas adultas e com o seu consentimento², a troco de dinheiro, bens e/ou serviços, podendo esses se constituir na forma de prostituição, pornografia, danças eróticas, *striptease*, chamadas telefónicas de cariz erótico, entre outras (Weitzer, 2000).

Para Coelho (2009), o trabalho sexual pode ter um carácter mais *físico*, constituído pela prostituição, podendo esta ser praticada em contexto exterior (rua, pensão, em jantares, festas, etc) ou interior/abrigado (apartamentos, bordéis, domicílios de clientes, môtéis, bares, casas de massagem, spas, etc) ou *visual e performativo*, incluindo atividades de *striptease* em clubes ou discotecas, a pornografia – em formato de filmes, revistas, sites, *webcams*, etc. – e as linhas telefónicas eróticas.

Nas últimas décadas, a indústria do sexo tem crescido e criado múltiplas áreas de atuação e formas de atividade (Sanders, 2008), sendo os seus atores também diversos. Tradicionalmente, a mulher foi sendo retratada como prestadora de serviços sexuais e o homem como o seu consumidor (Davidson, 2002; Jeffreys, 2009). Todavia, Smith e Attwood (2013) e Smith et al. (2015) admitem que, na atualidade, as pessoas que procuram pagar ou prestar serviços sexuais são diversas, incluindo homens e mulheres cisgénero, como também membros da comunidade LGBTI+.

Embora “trabalho sexual” e “prostituição” sejam termos utilizados indistintamente para se referir à venda de serviços sexuais, existe uma distinção entre eles e a intencionalidade do seu uso, gera na academia e movimentos sociais um debate incessante sobre os conceitos (Ramalho, 2012).

² Tal significa que as atividades que envolvem crianças não se enquadram em trabalho sexual, mas em situações de exploração sexual de menores. Da mesma forma, quando não existe consentimento entre adultos, não estamos a falar de trabalho sexual, mas sim violência, abuso, exploração ou tráfico sexual.

Weitzer (2009) defende que o trabalho sexual refere-se ao conjunto dos serviços, desempenhos ou produtos sexuais comerciais, podendo estes ser praticados de forma independente ou facilitada por terceiros (Orchard, 2019). Ou seja, o trabalho sexual, sendo um conceito abrangente, não implica apenas o ato da prostituição, sendo este um dos muitos serviços que trabalho sexual engloba, como referido anteriormente. A prostituição, por sua vez, é uma forma particular de trabalho sexual, cuja venda de serviços ou atos eróticos pode, segundo Harcourt e Donovan (2005), ser realizada de forma *direta* (i.e. existência de contacto físico sexual com o cliente, ainda que nem sempre seja necessário penetração – por exemplo: masturbação e *happy ending*³) ou *indireta* (constituído por serviços sexuais que não envolvem contato genital físico, podendo ser mediada por serviços e plataformas digitais, como o telefone, a internet, vídeos ou fotografias).

As pessoas que exercem algum tipo de trabalho sexual podem não se referir a si próprias como prostitutas, mas como, por exemplo, *camgirls*, atores/atrizes de filmes para adultos ou dançarino(a)s exótico(a)s. Lobo (2021) define, então, as pessoas que prestam serviços sexuais como “trabalhadores sexuais” ou “profissionais do sexo”, por considerar o trabalho sexual como uma “troca *voluntária e consensual* de atos ou *performances* sexuais, eróticas, afetivas ou de companhia por pagamento em dinheiro, serviços ou bens” (p. 515).

O feminismo luta pela igualdade de género e advoga pelos direitos das mulheres, no entanto, o que constitui direitos, igualdade e poder podem ser interpretados de maneira diferente, dependendo do paradigma (Henry e Farvid, 2017). Para as perspetivas feministas abolicionistas, fazer uso da expressão “trabalho sexual” é compactuar com uma atividade inerentemente opressiva, violenta e degradante, pelo que optam por expressões como “mulher prostituída” ou “pessoas em situação de prostituição” para se referirem a qualquer mulher que venda sexo (Pateman, 1999). MacKinnon (1987) é da opinião de que a prostituição é um ótimo exemplo da forma como a sexualidade feminina é explorada em torno do desejo do homem. Pateman (1999), também, reforça que “a prostituição é parte integrante do capitalismo patriarcal (...) onde os homens podem comprar o acesso sexual aos corpos das mulheres no mercado capitalista” (p. 53). Dessa forma, para a autora, o ato da prostituição implica reafirmar o poder do homem sobre a mulher. É nesse sentido que as perspetivas feministas abolicionistas se baseiam na ideia de que a prostituição é uma atividade opressiva e violenta, que denigre o valor das mulheres (Dworkin, 1987; MacKinnon, 1987; Jeffreys, 1997; O’Connell-Davidson, 1998; Pateman, 1999).

³ Masturbação até ejaculação

Em contrapartida, a perspectiva feminista pró-prostituição, baseada na teoria liberal feminista, advoga que o que torna a prostituição uma atividade opressiva são precisamente as condições em que esta é praticada (Oliveira, 2013). Além do mais, para muitas pessoas, a prostituição pode ser entendida como uma escolha e vista como forma de trabalho, pelo que deverá ser reconhecida a sua autodeterminação sexual (Jolin, 1994). Paglia (1997) é da opinião que a prostituta é dona da sua sexualidade e representa a “mulher libertada”, cuja esfera sexual não pertence a nenhum homem. Ainda assim, torna-se importante não romantizar a atividade, dado que se a vitimação não é intrínseca à venda do sexo, também não o é a ideia de que todas as mulheres que praticam trabalho sexual se sentem mais libertas (Oliveira, 2013).

Este tipo de debate sublinha a existência de duas perspetivas: uma que vê a prostituição como um trabalho e o/a profissional do sexo com direito a fazer o que entender com o seu corpo; e a outra que acredita que a prostituição deve ser erradicada, pois compactua com a violência patriarcal.

1.2. Trabalho sexual *online*

O processo de compra e venda de serviços sexuais foi altamente influenciada pelo crescimento do recurso à internet (Cunningham et al., 2018). Nas últimas décadas, novas formas de trabalho sexual emergiram (ex. venda de serviços sexuais com recurso a *webcam*) (Oliveira, 2017), tornando-se o mercado sexual *online* quase omnipresente (Sanders, 2005), disponibilizando serviços através da comunicação por computador ou telefone, salas de *chat*, redes sociais, entre outros (Campbell et al., 2018).

Com efeito, a concepção de que o trabalho sexual se restringe unicamente à penetração pénis-vagina (ou outras formas de penetração corporal) é bastante restritiva (Green, 2016), uma vez que parte do trabalho sexual, especialmente o realizado *online*, não envolve necessariamente a prática de penetração (Sanders et al., 2018). No entanto, Sanders e colaboradores (2018) observam que, ao contrário da ideia inicial de que alguns profissionais ofereceriam exclusivamente serviços sexuais indiretos, há casos em que a prestação de serviços diretos ocorre após a solicitação dos clientes. Tal indica que, em essência, muitos dos serviços disponibilizados no “comércio sexual tradicional” permanecem inalterados. A mudança reside na maneira como esses serviços são comercializados, negociados, agendados e executados (Machado, 2021).

Sanders e colegas (2018, citado em Machado, 2021) identificam uma ampla variedade de serviços sexuais comercializados e facilitados no ambiente *online*. Estes podem assumir diversas formas, tais como plataformas de publicidade para acompanhantes, serviços de *webcam*, plataformas de entretenimento adulto de múltiplos serviços, plataformas de encontros com publicidade comercial, plataformas de encontros sem publicidade comercial, fóruns de avaliação de clientes, *websites* individuais de trabalhadores do sexo, *websites* de agências, *websites* de classificados, plataformas de distribuição de conteúdos, fóruns destinados a profissionais do sexo, plataformas de redes sociais, entre outras.

A atividade de trabalho sexual *online* pode ser conceptualizada como a oferta de bens e/ou serviços sexuais mediada pela internet (Jones, 2016). Isso engloba uma gama diversificada de práticas, que podem incluir desde a transmissão de *performances* individuais por meio de *webcams* em troca de compensação financeira, até a comercialização de serviços sexuais *online* que são subsequentemente realizados em locais físicos.

A utilização da internet para facilitar a gestão de agendamentos de serviços representa apenas uma extensão de uma longa trajetória de recurso à tecnologia para fins de venda de serviços sexuais (Jones, 2016). Lee-Gonyea et al. (2009) já haviam referido que “o telemóvel, e mais tarde o *pager*, permitiam aos trabalhadores sexuais vender os seus serviços em contexto abrigado”, depois de acordado os termos com os clientes por essas vias (p. 326).

Cunningham et al. (2018) dão conta que muitos profissionais que prestam serviços sexuais através da internet são da opinião que, na atualidade, sem as novas tecnologias não seria possível continuarem a realizar trabalho sexual devido ao decréscimo verificado de outras formas de publicidade nos últimos anos (ex. anúncios nos classificados dos jornais impressos).

No que concerne ao processo de procura e compra, os *websites* de acompanhantes e trabalhadoras sexuais, em que se promove a venda de serviços sexuais e/ou atos eróticos diretos e indiretos estão, de forma geral, estruturados de maneira semelhante. Em Portugal, por exemplo, o *ApartadoX* e o *Classificados X* (*websites* mais utilizados e que estão ativos há mais tempo), a página inicial é representada com fotografias de mulheres nuas ou de roupa interior, para aliciar os potenciais clientes. Ao selecionar-se a trabalhadora sexual preferencial, pode-se observar uma breve descrição dos serviços que realiza, contacto telefónico, idade, olhos, cabelo, altura, país de origem, peso, busto, existência de tatuagens, idiomas de conversação, localidade

em que trabalha⁴ e disponibilidade semanal. As via de contacto preferencial entre clientes e trabalhadoras do sexo tendem a ser privilegiadamente o telemóvel ou *WhatsApp*.

Embora o trabalho sexual *online* apresente inegavelmente um conjunto de benefícios, vários autores têm mostrado que a atividade também pode estar envolta de alguns riscos. Ray (2007) aborda, por exemplo, a ilusão de que a comunicação entre profissionais do sexo e clientes acontece de forma anónima. Tal não se verifica, dado ser possível reconhecer os profissionais do sexo através das suas fotografias *online* ou identificar e localizar os endereços IP (Internet Protocol) dos utilizadores de serviços. Jones (2016) também chama a atenção para a existência de preocupações ao nível da privacidade, que se concentram no risco de *capping* – filmagem indesejada e partilha de serviços eróticos, que podem ser usados para fins pessoais, mas também serem publicadas em websites de pornografia, sem o consentimento do/a trabalhador/a sexual e, – *doxxing* – aquisição de informação sobre os trabalhadores, através de meios como *hacking*, com o intuito de perseguir e assediar os lesados. Dada a sua complexidade, o mundo digital pode conter diversos riscos, razão pela qual Sanders et al. (2016) advogam que os profissionais que promovem ou prestam serviços sexuais em formato *online* deverão adotar estratégias para se proteger.

1.3. Clientes do sexo comercial e suas experiências sexuais

A prostituição é praticada há diversos anos e em diferentes culturas, sendo que, em todas elas, o homem é o principal consumidor do trabalho sexual, tanto aquele que é oferecido por homens, mulheres ou pessoa trans (Ramalho, 2016; Dylewski & Prokop, 2019). Numa sociedade patriarcal, a compreensão da sexualidade está intimamente ligada à masculinidade (Cobo, 2016) onde serviços como a pornografia ou a prostituição são espaço de socialização e construção da identidade masculina (Alario, 2018). Monto (2004) reforça a ideia de que a procura por serviços sexuais comerciais é algo “normal” na identidade masculina.

Sacramento (2005) argumenta que existe uma grande complexidade na relação sexual cliente-trabalhador/a, dado que as motivações dos clientes para comprar sexo e os motivos pelos quais os profissionais do sexo envergam por este tipo de trabalho são diversos, o que dificulta o processo de interpretação do significado dessa relação.

⁴ *incalls* – cliente desloca-se ao local de trabalho da profissional do sexo ou *outcalls* – trabalhadora sexual desloca-se ao local escolhido pelo cliente.

Martilla (2003) indica, no entanto, que os clientes que compram sexo não têm tido um grande interesse científico, por se saber, à partida, das dificuldades de se aceder a esse tipo de população. Por isso, segundo Sacramento (2005), os estudos que abordam os clientes do trabalho sexual tendem na sua generalidade, a ser baseados na opinião de terceiros, sobretudo trabalhadoras sexuais. Reforça ainda que, autoras feministas, que evidenciam a objetificação e violência que as trabalhadoras sexuais sofrem por parte dos clientes, não mostrando preocupação em compreender e investigar a vertente da procura e compra dos serviços sexuais, reflete uma ideologia limitadora e incompleta da realidade do trabalho sexual.

Segundo Boumama (2004), existem quatro grandes mitos relativos aos clientes do sexo comercial: i) a objetificação da mulher, que a despe de qualquer identidade e personalidade; ii) a sexualidade masculina é caracterizada pela animalidade que conduz ao paradigma dos “instintos” irreprimíveis que exigem satisfação imediata. Este mito segue a conduta de que a mulher que vende sexo é sexualmente “insaciável” e que as consideradas esposas ou parceiras, são descritas como mulheres com pouco desejo e libido, permitindo segmentar a identidade sexual das mulheres em duas categorias – as que gostam de sexo (as “vadias”) e as restantes; iii) a sinalização de uma relação com um compromisso emocional específico baseado tanto no desejo de uma vida emocional, quanto no medo das suas consequências. Isso resulta em atitudes e expectativas ambíguas em relação às trabalhadoras sexuais, pois existe um certo tipo de clientes regulares que compram sexo, na esperança de alcançar outro tipo de sensação, que não o orgasmo físico e, iv) a perspetiva de que o cliente considera-se útil social e economicamente, pois permite a sobrevivência das trabalhadoras do sexo, ao comprar os seus serviços.

O autor identifica, também, cinco tipologias de clientes – os isolados emocionalmente e sexualmente, os que estão em descompasso com a igualdade, os compradores de serviços sexuais, os alérgicos ao compromisso e responsabilidade e os compulsivos sexuais (Boumama, 2004). Todavia, segundo Sacramento (2005), na opinião e experiência das trabalhadoras do sexo, parece não existir um perfil-tipo do cliente do sexo comercial, em termos de ocupação, idade, estado civil ou estatuto socioeconómico. Ao realizar o seu estudo, Sacramento verificou que a maioria dos clientes tinha idades compreendidas entre os 30-40 anos, possuíam algum poder económico, e a esmagadora maioria era casada. Já os clientes de faixa etária inferior (18-25) eram solteiros. Estes resultados são semelhantes ao estudo de Jones (2013), que indica que os clientes da sua amostra eram maioritariamente homens casados, que trabalhavam, de forma geral, nas áreas das finanças, construção civil e empregados de comércio. Quando questionados há quanto tempo pagavam por sexo, as respostas variaram entre “pelo menos 25 anos” e “menos

de 1 ano”. O valor pago ao longo do ano também variava, de acordo com a frequência que compravam os serviços (Jones, 2013).

Numa tentativa de criar uma tipologia clientelar, Legardinier e Bouamama (2006) questionaram 13.000 indivíduos e desenvolveram cinco perfis: i) clientes que compram sexo devido a défices sexuais, sociais e afetivos; ii) clientes que se identificam como compradores de serviços, que, coincidentemente, são sexuais; iii) clientes que optam por satisfazer as necessidades sexuais através da compra de sexo por razões de desconfiança, medo e ódio relativamente a mulheres; iv) clientes que se consideram dependentes de sexo e v) clientes que encaram a compra de sexo como um “imperativo sexual” (Cruz, 2016, p. 4).

Existem, ainda, profissionais que argumentam a existência de uma relação entre o trabalho sexual e *short-term mating*⁵, por existir uma troca explícita de bens (ex. dinheiro, bens de valor e/ou drogas) a troco de intimidade sexual impessoal temporária (Salmon, 2008; Meskó et al., 2014; Prokop et al., 2018; Dylewski & Prokop, 2019).

Estudos que contêm uma abordagem mais patologizante, indicam que clientes do sexo masculino mostram ter maior preferência por relações sexuais com uma variedade de parceiro(a)s, do que relações sexuais relacionais e comprometidas (Monto, 2004; Farley et al., 2017). Além disso, indivíduos que pagam por sexo tendem a ter mais parceiros sexuais que aqueles que não compram sexo (Ward et al., 2005; Schei & Stigum, 2010; Monto & Milrod, 2014; Farley et al., 2017). Monto e Milrod (2014) também concluem que os clientes masculinos do trabalho sexual expressam atitudes mais permissivas no que concerne a relações sexuais extraconjugais, pensam em sexo mais frequentemente, reportam maior frequência de masturbação e vêem pornografia mais frequentemente, do que homens que não compram sexo. Outros estudos (Ward et al., 2005; Schei & Stigum, 2010; Seidu et al., 2019) mostram ainda, que os clientes do sexo comercial são mais propensos a terem relações sexuais de grande risco e maior probabilidade de contraírem e/ou transmitirem infeções sexualmente transmissíveis. Farley et al. (2017) referem também que, em comparação com homens que nunca compraram sexo, os clientes do sexo masculino demonstram menos empatia em relação a mulheres trabalhadoras do sexo.

Alguns estudos concluem que a compra do sexo também pode ser associada à existência de violência em relações de intimidade (Raj et al., 2008; Decker et al., 2009), comportamento sexual coercivo (Farley et al., 2011), violação a mulheres não trabalhadoras do sexo (Monto & McRee, 2005; Jewkes et al., 2007). Phoenix e Oerton (2005) chegam a referir que a relação

⁵ Acasalamento a curto prazo

entre clientes que pagam e mulheres que oferecem os serviços sexuais tem uma “composição patológica, problemática, criminal e exploradora” (p. 96).

Todavia, outros autores contestam esta perspectiva, por considerá-la redutora, e envergam por uma abordagem mais compreensiva sobre os clientes do sexo comercial, reforçando que as pessoas que compram serviços sexuais diretos têm motivações diferentes, variando entre quem quer ganhar mais experiência sexual, quem deseja ter sexo sem compromisso e quem pretende explorar as práticas sexuais desejadas, evitando uma vida sexual insatisfatória (Jordan, 1997; Sanders, 2008; Martín & Fálcon, 2021; Morcillo et al., 2021). Sanders (2008) reforça que existem também *pull factors*⁶ – centrados na percepção do *glamour* da indústria do sexo, tal como é a fantasia, a realidade suspensa, a adrenalina, a oportunidade de se alcançar conexão, intimidade, poder, controlo e atenção – o *time-out*⁷ e a excitação sentida pelos clientes ao estarem envolvidos numa atividade tabu ou desviante.

No que diz respeito ao “comportamento sexual” dos clientes, esse é o resultado de um processo de socialização (Milett, 2018), o que significa que a forma como encaramos a sexualidade e a experiência sexual é nos inculcada aquando da imposição dos papéis (de género) na sociedade. Os indivíduos podem ter percepções diferentes do que é uma experiência sexual e, para isso, é necessário compreender o processo de individualização. Para Policarpo (2011) os discursos sobre o sexo nunca foram tão presentes e isso deve-se principalmente aos diversos meios tecnológicos em massa, que tornaram o sexual acessível a todos, através de imagens, serviços, narrativas e vídeos que encontramos nos meios de informação e comunicação. Esses meios deram visibilidade às diferentes experiências, identidades e valores na sexualidade. Para a autora, a sexualidade e as experiências sexuais são fruto das relações complexas entre os indivíduos e o contexto social em que se inserem (Policarpo, 2011), afetando-os de forma diferenciada e originando motivações e desejos diferentes para cada um.

Segundo a Organização Mundial de Saúde o bem-estar “requer uma abordagem positiva e respeitosa da sexualidade e das relações sexuais, bem como a possibilidade de ter experiências sexuais prazerosas e seguras, livres de coerção, discriminação e violência” (p. 3). Holt et al. (2023) reforçam esta lógica, indicando que a satisfação romântica e sexual são aspetos cruciais para a saúde sexual e que essa não é apenas a ausência de doenças ou infeções, mas um estado de bem-estar.

⁶ Fatores de atração

⁷ Tirar um tempo extra

De acordo com Jones (2013), alguns dos clientes do trabalho sexual indicam que a conexão íntima e física com a trabalhadora sexual torna-se crucial para experienciarem relações sexuais prazerosas. Refere também que alguns clientes podem não estar necessariamente interessados no ato sexual, dado que esse é apenas um “bônus”, sendo que o que procuram é relaxar, conversar com uma pessoa que não os conheça e seja interessante, podendo esses fatores afetar o prazer na relação sexual. Outros clientes referem não se importar de pagar um valor extra, se isso significar poderem conversar durante mais tempo com a trabalhadora do sexo (Jones, 2013). Por outras palavras, a satisfação sexual e a experiência que engloba o ato sexual são influenciadas por vários fatores, que afetam cada indivíduo de forma diferenciada.

No que concerne aos símbolos de intimidade física, os clientes indicam sentir menos prazer ao terem relações sexuais com trabalhadoras do sexo que impõem a restrição de não beijarem nos lábios, o que pode diminuir o desejo sexual dos mesmos, dado que muitos necessitam desse nível de intimidade para sentirem prazer (Sacramento, 2005; Jones, 2013). Em relação aos aspetos abstratos da intimidade, alguns clientes sentem-se mais empáticos e têm maior preocupação com as trabalhadoras sexuais após o ato sexual. Por vezes, deixam-se levar por esses pensamentos durante a sessão, o que afeta drasticamente o seu desejo sexual (Jones, 2013). Tal reforça a ideia de que existem clientes que valorizam o trabalho das profissionais do sexo e, mais importante, as valorizam como pessoas.

Contudo, o recurso a serviços sexuais comerciais pode envolver comportamentos de risco – como a contração de doenças ou lesões, violência, consumo de álcool ou drogas ou comportamentos sexuais arriscados (Tariq & Gupta, 2023). Dimbuene e colegas (2014) indicam que comportamentos sexuais de risco aumentam as hipóteses de um indivíduo sexualmente ativo contrair infeções sexualmente transmissíveis, engravidarem ou engravidar a parceira. Tais comportamentos incluem: i) relações sexuais sem uso de preservativo; ii) ter vários parceiro(a)s sexuais e; iii) consumo recorrente de drogas (Pandor et al., 2015). Os comportamentos sexuais de risco estão altamente associados à compra de sexo, dado que muitos dos clientes optam por comprar sexo às trabalhadoras sexuais que não tenham a restrição do uso de preservativo, o que aumenta o risco de contração de infeções sexualmente transmissíveis.

É possível apurar que a construção do cliente-tipo do trabalho sexual e as motivações que os levam a comprar serviços sexuais é complexa, pelo que se deve evitar leituras simplistas. Neste sentido, a presente investigação privilegia uma perspetiva mais compreensiva com vista ao conhecimento dos sujeitos clientelares a partir de uma perspetiva interna e das suas próprias narrativas.

Capítulo 2. Metodologia

2.1. Objetivos

A escassez de estudos sobre o tema dos clientes do trabalho sexual determinou que a presente investigação tivesse um teor mais exploratório, permitindo *conhecer as experiências sexuais de clientes de sexo comercial em contexto abrigado*. Para tal, foram definidos os seguintes objetivos específicos: 1) Conhecer o processo negocial das práticas sexuais mediado por plataformas digitais; 2) Conhecer a avaliação clientelar das experiências sexuais do sexo comercial e; 3) Identificar a existência de comportamentos de risco e/ou violência nas práticas do sexo comercial e os fatores a eles associados.

2.2. Método

A metodologia qualitativa é um método que permite explorar temas relacionados com a esfera social e as experiências humanas (Huberman & Miles, 1994), dado que se foca nas percepções e experiências dos sujeitos e na forma como estes vivem a sua vida (Marshall & Rossman, 2011; Creswell, 2002). Como tal, considerou-se ser a metodologia mais adequada para responder os objetivos delineados, uma vez que se pretende conhecer as experiências de sujeitos que recorrem à compra de sexo comercial.

Vários estudos (Cruz, 2016; Cordeiro, 2023) têm evidenciado a dificuldade de acesso à população clientelar dada a sua invisibilidade, decorrente do estigma associado à compra de serviços sexuais. De forma a contornar este problema, e antecipando possíveis limitações no acesso à amostra, procurou-se chegar às narrativas clientelares por via de fóruns de discussão *online* onde estes relatam as suas experiências junto de outros clientes.

O *método etnográfico*, no geral, tem características importantes, como a exploração da natureza de uma ocorrência social específica, a análise de discursos, a observação participante e interpretação de significados (Pinheiro et al., 2012), que permitem recolher dados relativos a um modo de vida ou cultura (Fuller, 2008). Podendo ser facilmente adaptado para o digital, permitindo descobrir “novos mundos” que surgem na internet, considerou-se que a *etnografia digital* ou *netnografia* (Carvalho, 2006; Barbosa & Silva, 2017) seria o método mais adequado para a aproximação à população clientelar, conseguindo, assim, obter uma visão “por dentro” do grupo em estudo e adquirir informação fidedigna (Calvey, 2013).

Ao contrário da metodologia de etnografia tradicional, que carece da presença do investigador no local, a etnografia digital tem a vantagem de não necessitar de um espaço físico ou um horário fixo a investigar, conseguindo assim uma maior flexibilidade investigativa (Pinheiro et al., 2012).

O surgimento dos *novos media* criou a oportunidade de os indivíduos ancorarem as suas ideias e interagirem *online* com quem partilha da sua visão. Dessa forma, a aluna teve a oportunidade de, através de uma abordagem etnográfica, conhecer as opiniões e comportamentos dos clientes do sexo comercial e identificar as suas práticas, hábitos e desejos face à compra de serviços sexuais.

2.3. Procedimento

2.3.1 A escolha do fórum

Com vista ao processo de recolha de dados, foram realizadas pesquisas iniciais em plataformas digitais por forma a se encontrar os espaços de debate *online* entre clientes. A aluna acabou por se deparar com uma secção de comentários do fórum *Reddit*, que indicava a existência de um fórum com muitas *reviews* sobre trabalhadoras do sexo feminino – o *GP-PT.net*. Embora esta secção de comentários não fosse atualizada (tinha oito anos de existência) decidiu-se explorar o referido fórum. Verificou-se que o *GP-PT.net* se encontrava ativo e que servia fundamentalmente como um canal de comunicação entre clientes (regra geral, homens), onde partilhavam as suas experiências sexuais com profissionais do sexo, de forma a que outros tomassem conhecimento da avaliação dessa experiência, recomendando-a ou desaconselhando-a. Verificou-se, também, que as experiências relatadas no fórum eram relacionadas somente com profissionais do sexo mulheres (cisgénero).

O acesso ao fórum *GP-PT.net* e à informação nele contida realizou-se por via de um registo individual com vista à constituição de um perfil, geralmente anonimizado por um *nickname*. Após esta fase, é possível aceder ao seu conteúdo e às diferentes salas de conversa entre os membros. Em termos de caracterização, o fórum, criado em 2006, conta atualmente com um total de 126 635 utilizadores registados e 37 737 tópicos de discussão⁸, revelando ser um espaço bastante ativo e de recurso regular.

⁸ Dados de maio de 2023

O primeiro tópico que surge no início do fórum chama-se “Manual de Instruções”. Tem por objetivo apresentar aos novos membros as regras de boa convivência, sendo solicitado o respeito pelos outros utilizadores e as acompanhantes, e proibição de qualquer tipo de comentário depreciativo, calunioso ou difamatório.

Além do *Manual de Instruções*, o fórum possui seis tópicos principais: *Clube dos Putanheiros – Hoje Bar Aberto*, *Grande Lisboa – Fórum dos Mouros*, *Grande Porto – Fórum dos Tripeiros*, *Portugal Outras Cidades – Fórum dos Restantes Tugas*, *Internacional – Pinadas no Estrangeiro* e *Administração*.

O tópico *Clube dos Putanheiros – Hoje Bar Aberto* integra várias salas de conversa sobre assuntos diversos. Uma delas designa-se por *Sala de Convívio*, que se apresenta subdividida por outras salas: o *Consultório Seximental* – onde os utilizadores debatem temas como os complexos com a aparência física, a virgindade, como fazer “minetes” às GP’s (garotas de programa), a bissexualidade, as amizades coloridas, a masturbação, a depressão/saúde mental, a pressão para a paternidade, a ejaculação precoce e “dicas” sobre relacionamentos amorosos – e as salas *Crónicas e Histórias*, *Fotos e Vídeos Sensuais*, *Festas e Eventos*, *Sondagens e Votações*, *Taras e Fetiches*, *Onlyfans*, *Perdidos e Achados - O que já esqueceram num encontro* e *Sexo Anal*, cujos nomes são, por si só, suficientemente descritivos, conseguindo-se compreender qual a sua finalidade.

Do tópico *Clube dos Putanheiros* fazem também parte as salas *Bancada dos Treinadores*, onde os utilizadores discutem questões relacionadas com o desporto; *Manual de Sobrevivência*, onde falam de higiene pessoal, locais de massagens/spas e sítios onde se pode “dar umas rapidinhas”; *Cartaz das Artes e Cultura*, onde discutem temas de interesse cultural, *F.B.I - Fonte Bem Informada*, onde os membros alertam outros de possíveis burlas; *Atualidades*, onde é discutida a proposta de legalização do trabalho sexual, preços de serviços sexuais, notícias sobre a prostituição, etc; *Serviços de Urgência*, onde se aborda questões relacionadas com infeções sexualmente transmissíveis, Vírus de Imunodeficiência Humana (VIH), Papilomavírus Humano (HPV), sexo sem preservativo, entre outros; *Tecnologias*, onde se discute quais as aplicações para telemóvel e páginas de internet mais utilizadas para encontros amorosos/sexuais e, por fim, a sala *Saúde, Beleza e Bem-Estar*, onde se debate sobre a estética masculina, vitaminas e suplementos que se pode tomar para melhorar o desempenho sexual.

Os restantes tópicos *Grande Lisboa – Fórum dos Mouros*, *Grande Porto – Fórum dos Tripeiros*, *Portugal Outras Cidades – Fórum dos Restantes Tugas*, *Internacional - Pinadas no*

Estrangeiro são relativos à partilha de informação de acompanhantes, clubes e clínicas de massagens, boates e casas noturnas, pontos de rua ou clubes de striptease existentes em cada região. Em cada tópico existe duas importantes salas referentes às *Acompanhantes Individuais certificadas*⁹ e *Acompanhantes Individuais não certificadas*¹⁰, onde existe um grande fluxo de conversa e comentários, uma vez que é aí que os utilizadores dão o *feedback* acerca da experiência sexual com as respetivas trabalhadoras sexuais.

O fórum apresenta um *ranking* que avalia a atividade e participação dos utilizadores de acordo com a quantidade de comentários e publicações efetuadas:

Tabela 1. Tipologias do *rank*

<i>Rank</i>	<i>Publicações</i>	<i>Mínimo de avaliações</i>
<i>Aprendiz</i>	+ de 20	5
<i>Confrade</i>	+ de 50	10
<i>Putanheiro***</i>	+ de 75	20
<i>Putanheiro****</i>	+ de 100	30
<i>Bronze</i>	+ de 150	40
<i>Prata</i>	+ de 250	50
<i>Ouro</i>	+ de 500	100

Fonte: Elaboração própria

Os “Aprendizes” são utilizadores que têm mais de 20 publicações com o mínimo de 5 avaliações feitas, os “Confrades” os que têm mais de 50 publicações com o mínimo de 10 avaliações feitas, os “Putanheiros***”, os que têm mais de 75 publicações com o mínimo de 20 avaliações feitas, os “Putanheiros****”, os que têm mais de 100 publicações com o mínimo de 30 avaliações feitas, os “Bronze”, os que têm mais de 150 publicações com o mínimo de 40 avaliações feitas, os “Prata”, os que têm mais de 250 publicações com o mínimo de 50 avaliações feitas e os “Ouro”, os que têm mais de 500 publicações feitas e mínimo de 100 avaliações feitas.

Geralmente, é próprio utilizador que solicita aos gestores do fórum o pedido de ascensão de *rank*, após cumprimento dos critérios, existindo anúncios a alertar os utilizadores para

⁹ Sala para relatos de experiências com acompanhantes individuais que anunciem em websites de internet certificados que possuam apenas ensaios fotográficos reais das modelos.

¹⁰ Sala para relatos de experiências com acompanhantes individuais que anunciem em jornais ou websites de internet não certificados que podem ter fotos falsas/usurpadas de outros modelos.

verificarem a quantidade de TD's (*Test Drives*) realizados para pedirem ascensão de *rank* e, com isso, ganharem funções extra no fórum.

Tabela 2. Funções extra atribuídas aos *ranks*

<i>Rank</i>	Funções extra
<i>Aprendiz</i>	1 mês adicional do <i>rank supporter</i> após contribuição
<i>Confrade</i>	2 meses adicionais do <i>rank supporter</i> + acesso automático a imagens de <i>posts</i>
<i>Putanheiro***</i>	2 meses adicionais do <i>rank supporter</i> + acesso a pesquisa, ver todas as mensagens, ver tópicos novas mensagens, ver tópicos ativos e acesso a imagens de <i>posts</i>
<i>Putanheiro****</i>	2 meses adicionais do <i>rank supporter</i> + acesso a pesquisa, ver todas as mensagens, ver tópicos novas mensagens, ver tópicos ativos e acesso a imagens de <i>posts</i>
<i>Bronze</i>	2 meses adicionais do <i>rank supporter</i> + acesso a pesquisa, ver todas as mensagens, ver tópicos novas mensagens, ver tópicos ativos e acesso a imagens de <i>posts</i> , assinatura (<i>nickname</i>), avatar e MP's ¹¹
<i>Prata</i>	3 meses adicionais do <i>rank supporter</i> + acesso a pesquisa, ver todas as mensagens, ver tópicos novas mensagens, ver tópicos ativos e acesso a imagens de <i>posts</i> , assinatura (<i>nickname</i>), avatar e MP's
<i>Ouro</i>	3 meses adicionais do <i>rank supporter</i> + acesso a pesquisa, ver todas as mensagens, ver tópicos novas mensagens, ver tópicos ativos e acesso a imagens de <i>posts</i> , assinatura (<i>nickname</i>), avatar, MP's e invisibilidade

Fonte: Elaboração própria

Além dos *ranks* dos utilizadores, existem os *ranks* “*supporter*”, direcionados para os utilizadores que pagam um valor anual, entre os 10€ e os 50€, contribuindo financeiramente para a manutenção das despesas do fórum. Em contrapartida, os gestores do fórum oferecem a estes, como compensação, certas regalias¹². Existem, assim, quatro tipos de *ranks* “*supporter*”: os “*Supporter**” a quem lhes é permitido pesquisar, ter um avatar¹³ e assinatura (*nickname*), ter acesso ao histórico de perfil, ver todos os tópicos das trabalhadoras do sexo, ter acesso à listagem de utilizadores e ver promoções e tópicos *premium* – este *rank* paga 10€ anualmente. De seguida, há os “*Supporter***” que lhes é permitido o mesmo, acrescentando acesso a mensagens privadas, pagando o valor anual de 20€ anualmente. Aos “*Supporter*****” é-lhes permitido o mesmo que o nível anterior, acrescentando a possibilidade de ficar “invisível” no fórum, e ocultar *banners* e avatares dos utilizadores, se pagarem o valor de 30€ anuais. Aos

¹¹ Mensagens Privadas.

¹² Algumas das regalias obtidas passam por ascensão de *rank*, sem serem necessárias as publicações e avaliações solicitadas.

¹³ Isto é, uma imagem de perfil do utilizador.

“*Supporter******” – é-lhes permitido o mesmo, acrescentando a possibilidade de anexar imagens, ocultar o contabilizador da MOD¹⁴ de avaliações nos últimos 90 dias e *rank* da MOD das avaliações, se pagarem 50€ anualmente.

Existem ainda regras para se efetuar pedidos de informação acerca das acompanhantes ou estabelecimentos de serviços sexuais. Para tal, deverá ser escrito o nome da trabalhadora sexual ou estabelecimento comercial, seguido da descrição dos mesmos, local de atendimento, valores e modalidades praticadas, assim como o *link* da página de internet ou referência ao anúncio. Esses pedidos só podem ser realizados por utilizadores com *rank* “Aprendiz” ou superior.

Há, também, indicações para que os comentários dos utilizadores sejam uniformes, pelo que, em exemplo, a descrição e avaliação da experiência sexual com a acompanhante deverá ser realizada tendo por base critérios específicos – como a “aparência física”, o “serviço prestado”, a “gestão do tempo”, o “processo de marcação/comunicação”, a “higiene”, as “instalações”, os “prós e contras” e, por fim, a “avaliação geral da experiência” – de forma a ser transmitida uma informação clara aos outros utilizadores sobre o que poderão esperar (ou não) da acompanhante em questão e/ou serviços disponibilizados por esta.

Um dos aspetos que se considerou interessante foi descobrir que as profissionais que são avaliadas, na sua maioria, têm conhecimento e também anunciam os seus serviços no fórum. Isto significa que o fórum, apesar de funcionar em torno dos sujeitos clientelares, é utilizado como ferramenta de promoção de serviços, pelas trabalhadoras sexuais.

Na dinâmica interna do fórum, e à semelhança do que foi encontrado no estudo sobre clientes de pessoas trans, realizado por Ramalho e Vaz (2016), é comum os gestores e os utilizadores se tratarem mutuamente por “confrades”, promovendo um ambiente de hospitalidade e criando uma espécie de “união da irmandade”. O respeito mútuo é levado bastante a sério, pelo que, quando existe alguma forma de desrespeito entre “irmãos” e/ou incumprimento das regras do fórum, os mesmos podem vir a ser expostos na sala *Muro da Vergonha* – inserido no tópico *Administração*. Nesta sala é criada uma mensagem com o nome do utilizador e a razão da sua advertência ou expulsão do fórum.

¹⁴ O MOD é o modo como os gestores do fórum contabilizam as publicações e avaliações feitas com a informação pertinente para ser considerada e, conseqüentemente, contabilizar para a ascensão de *rank*.

Figura 1. Exemplo de advertência na sala “Muro da vergonha”



Fonte: Fórum GP-PT.net

2.3.2. Seleção dos dados

O processo de seleção de dados a analisar teve em conta o número de utilizadores que teriam dado *feedback* da sua experiência sexual com determinada trabalhadora sexual. Atendendo ao grande volume de comentários que existe no fórum GP-PT.net optou-se por seleccionar, para análise, somente o ano de 2022 por forma a se conseguir dados mais atualizados.

No ano de 2022 apurou-se a existência de um total de 287 comentários¹⁵ inseridos no tópico de *feedback* referentes a 155 clientes e relativos a 39 trabalhadoras sexuais. Destes 155 clientes, 105 tinham o *rank* de *Iniciado*, 13 de *Aprendiz*, 1 de *Supporter**, 5 de *Supporter***, 3 de *Supporter****, 6 de *Bronze*, 1 de *Prata*, 2 de *Ouro*, 8 de *Confrade* e 9 de *Putanheiro*.

2.3.3. Recolha e análise de dados

A recolha de dados foi realizada entre dezembro de 2022 e fevereiro de 2023. Como procedimento, foram lidos integralmente 287 comentários realizados no ano de 2022 e, posteriormente, copiados para uma base de dados *excel*. De forma a organizar a informação recolhida, foi criado, num primeiro momento, um dicionário de categorias baseada na teoria fundamentada nos dados ou *Grounded Theory*¹⁶ (Tabela 3).

Tabela 3. Dicionário de categorias

Objetivos	Categorias e Subcategorias
-----------	----------------------------

¹⁵ A média de TD's (*Test Drives*) realizados pelos clientes foram 23 por cliente.

¹⁶ Método de pesquisa de dados qualitativos, desenvolvida em meados dos anos de 1960 por Barney Glaser e Anselm Strauss, apropriado para a extração de conceitos organizados em torno de categorias que, uma vez organizadas, estabelecem uma teoria/explicação sobre o fenómeno em estudo (Glaser & Strauss, 1967; Fernandes & Maia, 2001).

(1). Conhecer o processo comercial das práticas sexuais mediado por plataformas digitais	1.1. Processo de escolha da trabalhadora do sexo
	1.2. Processo de marcação/Contacto
(2). Conhecer a avaliação das experiências sexuais do sexo comercial	2.1. Locais de sexo comercial
	2.1.1. Localização
	2.1.2. Privacidade
	2.1.3. Higiene e qualidade
	2.2. Preços dos serviços sexuais
	2.3. Desejos e práticas sexuais
	2.4. Competências e qualidades das trabalhadoras do sexo
	2.4.1. Atributos físicos
	2.4.1.1. Referências a expressões preconceituosas ou xenófobas
	2.4.3. Competências psicológicas e relacionais
	2.4.3. Competências sexuais (<i>performance</i> sexual)
(3). Identificar a existência de comportamentos de risco e/ou violência durante as práticas do sexo comercial e os fatores a eles associados.	3.1. Saúde sexual e Comportamentos de risco apresentados
	3.2. Consumo de álcool e comportamentos de risco apresentados
	3.3. Consumo de drogas e comportamentos de risco apresentados
	3.4. Masculinidade
	3.5. Comportamentos de violência identificados

Fonte: Elaboração própria

Aquando a elaboração do dicionário de categorias, foram estabelecidos quais os conteúdos a ter em conta em cada categoria e subcategoria para facilitar a organização dos dados. Posteriormente, os comentários foram segmentados e integrados em cada uma das categorias e subcategorias correspondentes, em que foram lidos 1290 trechos das narrativas dos clientes. Num terceiro momento, foi efetuada uma leitura por categoria onde se procurou compreender os significados das experiências relatadas pelos clientes.

Capítulo 3. Apresentação e discussão de resultados

3.1. O processo negocial dos serviços sexuais mediado por plataformas digitais

A grande maioria dos clientes tende a escolher os serviços de determinada trabalhadora do sexo após leitura de *feedback* de outros clientes deixados no fórum, permitindo-lhes maior segurança quanto à qualidade da prestação dos serviços.

“Depois de muita leitura aqui no tasco decidi visitar a Rebeca. Como já sabia do comportamento, sexo por toda a casa, ia completamente à vontade para o que desse e viesse” (Dimmu)

“Começo por dizer que a razão que me levou a ir vê-las nem foram as fotos no seu ensaio, mas sim e unicamente os relatos dos confrades antes de mim” (Daniel Duarte).

Embora o processo de escolha da profissional seja fortemente influenciado pela opinião e experiência relatada por outros clientes – o que reflete que a exposição repetida ao ponto de vista de uma pessoa pode ter quase tanta influência quanto a exposição a opiniões compartilhadas de várias pessoas (Weaver et al., 2007; Campbell-Meilejohn et al., 2010) – alguns clientes tendem a escolher a profissional do sexo sem se basear nas recomendações de outros “confrades”, seguindo a sua intuição e/ou interesses particulares ao realizem a sua própria pesquisa. “*Descobri esta menina completamente por acaso, estava no classificados X e pesquisei por japonesa apenas porque sim (...) mas ainda bem que o fiz (...) gostei da cara dela e marquei*” (Starxx). Em outros casos, os clientes tendem a escolher a profissional do sexo baseada unicamente no critério da proximidade geográfica.

Após a escolha, o contacto inicial com a trabalhadora do sexo é realizado maioritariamente via *WhatsApp*. Um grande número de clientes refere que as trabalhadoras do sexo são simpáticas, ágeis e claras a responder às suas mensagens – “*A comunicação e marcação com a GP foi toda feita por WhatsApp, e foi muito fácil. É muito fácil comunicar com a GP para marcar um horário, deixa tudo esclarecido e cumpre com o que fica combinado*” (carecaecurioso) – salvo algumas exceções em que apontam certa arrogância e indisponibilidade por parte da profissional desejada – “*Primeiro contacto pelo WhatsApp, mas não estava a dar muita conversa e tive de ligar para esclarecer todas as condições. Após a*

conversa telefónica, percebi realmente que iria ter um encontro difícil em que os relatos de monossilabos iriam ser uma realidade, pois simpatia não tinha muita.” (Pedro André). É referido ainda, em alguns casos, quando o processo de marcação é realizado por chamada telefónica, que a voz da profissional não corresponde à mulher a qual pagaram o serviço, indicando existir outras pessoas envolvidas no processo de agendamento.

Regra geral, o processo de marcação é geralmente rápido. As profissionais apresentam as suas condições laborais e o cliente ou aceita e prossegue com a marcação, ou, em raros casos, negocia algumas dessas condições, nomeadamente, preço, duração do serviço ou ato sexual.

É importante salientar que, ao contrário dos estudos e teorias feministas radicais, que procuram afirmar que existe somente a “mulher violentada” no trabalho sexual (MacKinnon, 1989; Pateman, 1999), os resultados recolhidos nesta investigação reforçam as perspetivas feministas liberais (Weitzer, 2009; Sanders, 2008), que sublinham a existência da independência económica de uma trabalhadora sexual, que gere a sua própria agenda e trabalha de acordo com os seus valores e limites pessoais, profissionais e sexuais.

3.2. Os “locais de prazer”: Sua localização, privacidade, higiene e conforto

Observou-se que o centro de Lisboa, e mais propriamente as freguesias Avenidas Novas e Alvalade, são as zonas geográficas de maior expressão de oferta de serviços sexuais (anexo 1). De acordo com o *Estudo sobre o Poder de Compra Concelhio* do INE (2021), a Área Metropolitana de Lisboa apresenta o indicador *per capita* acima da média nacional, evidenciado que o poder de compra nesta região é bastante elevado. Estando as trabalhadoras do sexo sedeadas precisamente no centro de Lisboa, tal situação permite-nos inferir sobre provável disponibilidade financeira dos seus clientes. Embora a maioria dos clientes se desloque ao local de trabalho das profissionais do sexo para usufruir dos seus serviços, alguns tendem a solicitar à profissional do sexo para ir ao seu encontro, geralmente em quartos de hotel ou pensões. Observou-se ainda poucas situações em que a interação sexual tenha ocorrido em “casas de massagem” ou “spas”.

Na descrição do local de trabalho das profissionais do sexo, os clientes tendem a fazer referência a aspetos que, entre eles, são bastante valorizados, como a facilidade de estacionamento e a privacidade, dado o seu desejo de anonimato e máxima descrição na compra de serviços sexuais. *“Atende num apartamento privado, numa zona movimentada mas sem*

cafés ou sítios propícios a mirones por perto, algo que valorizo” (castigapretas). Por essa razão, muitos clientes tendem também a fazer referência à existência ou não de outras colegas de casa (*“Apartamento que parece ter vários quartos para meninas. Para além da Lara vi mais uma pessoa.”*, PapaRuivas; *“num apartamento (tem companheiras ali a atender tb mas não vi ninguém enquanto estive)”*, Fucking1978).

Aspetos ligados à higiene e à qualidade do espaço – manifesta na dimensão, condições físicas e equipamentos – são também muito valorizados pelos clientes, pelo que a sua esmagadora maioria faz referência a estes aspetos nos seus comentários (*“o quarto é muito bom, grande, tem AC e um espelho grande na parede ao lado da cama. Tem 2 wc’s um deles apenas com sanita para quem precisar e outro para tomar um duche. No geral as condições são excelentes, especialmente o quarto.”*, UnknownUser_1999). Todavia, raras são as vezes que os clientes comentam ter ficado desagradados com a qualidade do apartamento/casa da trabalhadora do sexo, o que pode significar que estas tendem a revelar especial cuidado e preocupação com as condições onde decorrem as interações sexuais por reconhecerem ser um elemento determinamente no recrutamento e fidelização dos clientes.

Desta forma, pode-se compreender que, ainda que na teoria (Kreiner et al., 2006; Hudson, 2008), o trabalho sexual seja muitas vezes associado a uma atividade “suja” e “impura” – ainda que num contexto moral (estigma associado à atividades imorais) e físico (estigma associado ao uso do corpo para atingir fins) (Ashforth & Kreiner, 1999) – as profissionais do sexo procuram criar um ambiente de qualidade, higiene e conforto para os clientes poderem experienciar o máximo do serviço pago.

3.3. Preços dos serviços sexuais

Os preços dos serviços sexuais das trabalhadoras do sexo são variáveis de acordo com o serviço prestado e o tempo dispendindo. Regra geral, e independentemente da profissional, os valores são praticamente os mesmos: por um serviço de 30 minutos é cobrado o valor de 90€ e de 1 hora é cobrado o valor entre 100€ a 120€ (nalgumas situações é cobrado o valor de 150€). Estes valores são relativos aos serviços sexuais “básicos” (penetração vaginal), sendo que serviços “extra” são cobrados à parte¹⁷. Estes preços são descritos, pela esmagadora maioria dos clientes, como sendo demasiado altos.

¹⁷ O serviço anal, por exemplo, tem um custo variável entre os 20€ a 60€

“Acho demais para 150€ mas admito voltar um dia mais tarde, quando já não me lembrar deste TD.” (Insideon)

“150€ parece-me um valor elevado para o serviço em questão... 120€ e seria um 8!! No entanto com o mercado inflacionado, não sei até que ponto não irá subir ainda mais.” (galgas).

Estes valores vão de acordo com os estudos de Havocscope¹⁸ (2019) que indicam que o valor médio, pago em Portugal, por 1h de serviços sexuais é 150€.

É notório o desagrado dos clientes face aos valores cobrados pelas profissionais do sexo. No entanto, nenhum indica ter desistido da experiência sexual por razões financeiras, sendo concordantes com o facto desses valores serem equivalentes à qualidade do serviço adquirido, ao ponto de voltarem a desejar repetir a interação sexual.

“Em relação ao valor, para o nosso panorama também considero alto, (...) [mas] na minha opinião vale cada cêntimo.” (r.pedro)

“Os preços que pratica são elevados mas a qualidade do serviço é realmente muito boa. É possível que venha a repetir.” (carecaecurioso)

Poucos são, efetivamente, os clientes que consideram que o valor pago não compensa o serviço adquirido. Todavia, práticas que visam ludibriar o cliente com o objetivo de extorquir dinheiro, cobrando valores adicionais ao acordado inicialmente, são vistas com bastante desagrado pelos clientes ao ponto destes se referirem a essas trabalhadoras do sexo como “mercenárias”, avaliando-as negativamente e deixando de lhes adquirir novamente serviços.

“(…) no WA tinha-me referido que seria €60/€100 por 30/60 min. e caso quisesse anal seria então mais €20 em ambos os preços. Aquando estava para sair, ao acertar contas ela pediu €80 ao que eu perguntei, mas não era €60 sem anal? e ela então: ah, não fez anal, né! então são €70”. Não tive para discutir preços, não faz o meu género, e não são €10 que fazem a diferença, mas sim a atitude de querer chular um gajo, mas pronto a mim ela não me apanha mais.” (luisp).

¹⁸ Organização que recolhe informações e estatísticas sobre o mercado negro

3.4. Desejos e práticas sexuais

Fazem parte da lista dos desejos sexuais dos clientes uma diversidade de práticas que, além do sexo vaginal, podem incluir sexo oral, sexo anal, *ménage à trois*¹⁹, *cum in mouth*²⁰ e *cum in face*²¹. A grande maioria dos clientes refere que, embora possam apresentar algum nervosismo durante a interação inicial com a profissional do sexo, a experiência sexual é quase sempre avaliada de forma positiva porque os seus desejos tendem a ser integralmente satisfeitos.

“Normalmente num primeiro encontro (...) tenho sempre algum nervosismo, e o melhor elogio que posso fazer à Camila é que me fez esquecer esse nervosismo e parecia que éramos um casal de namorados que já não se via à algum tempo. Passamos para a acção propriamente dita, ela começou a fazer um oral sem bastante competente, com alguns afundanços, atenção às redondezas, sempre com muita calma, a transmitir muita tranquilidade, olhar maroto de quem sabe o que está a fazer.” (esquadro14)

“(...) é para mim agora o melhor anal que fiz, fundo, apertado, com ritmo e com incentivo.” (CampNou)

Ressalva-se existir por parte dos clientes certa valorização das práticas profissionais que revelam afeto, cuidado e conexão emocional. Contrariamente, práticas tidas como rotineiras e mecanizadas, distanciadas de uma atenção personalizada tendem a ser desvalorizadas. De forma geral, as interações entre clientes e trabalhadoras sexuais *indoor* são mais propensas a envolver conversação, afeto e prazer sexual recíproco do que as interações entre clientes e trabalhadoras sexuais de rua (Lever e Dolnick, 2000). Isso reflete as tendências gerais da sociedade moderna, em, que a intimidade emocional tornou-se um fator crucial no trabalho sexual comercial (Frank, 2002). Veja-se, em exemplo, que a *Girlfriend Experience* (GFE) é uma das práticas altamente apreciadas por quase todos clientes precisamente por envolver beijos, carícias e troca de olhares que fomentam o romantismo e a ideia de serem um “casal de namorados”.

“Encosta-se a nós, roça pelvis com pelvis, segreda ao ouvido. GFE do melhor.” (Samwise Gamgee)

“Destacar o arraial de beijos e linguadões da menina que me deram a sensação de não ser a primeira vez que estávamos juntos e criaram uma conexão incrível (GFE)” (gilpestanda).

¹⁹ Sexo a três (com a profissional do sexo e a companheira ou com duas profissionais do sexo em simultâneo).

²⁰ Ejaculação na boca

²¹ Ejaculação na cara

Estes resultados reforçam o que Jones (2013) referiu quanto à procura da criação de uma ligação mais íntima por parte dos clientes de sexo comercial, a fim de aproveitarem o auge da experiência sexual.

A experiência sexual tende a ser avaliada mais negativamente quando essa ligação íntima parece não estar presente, manifestada, por exemplo, na execução apressada dos serviços sexuais, no controlo do tempo e/ou na indisponibilidade emocional.

“Pois bem assim que me apanhou um ponto fraco não o explorou nesse sentido, atacou para me matar logo ali e conseguiu. Conversa alongada em jeito de encher chouriço e atrasar” (galgas)

“Senti controlo de tempo, pois apos estar a chupar uns minutos disse: quero encamisar para sentir seu pau. Pois é, estas palavras para os mais inespicientes deve ser mel, mas para mim é claro uma forma disfarçada de despachar. Nunca a senti molhada, sempre evitou os toques.” (CampNou).

Percebe-se, desta forma, que ao contrário das teorias feministas radicais, em que o homem é visto como o “carniceiro” ou o “vilão”, existe um número significativo de homens que procuram um momento de prazer, em conjugação com carinho e intimidade física e emocional.

3.5. Atributos e Competências das Trabalhadoras do Sexo

3.5.1. Atributos Físicos

É impossível estabelecer um padrão de beleza dado que esse é inteiramente subjetivo. Contudo, os clientes, de forma geral, parecem ter uma opinião muito vincada sobre o que consideram ser uma mulher “bela” e “atraente”, pelo que, nos seus comentários fazem múltiplas considerações relativas à cor e tipo de pele, peso, altura, feições, pés e mão, cabelos, dentes, cintura/ancas, glúteos, musculatura, entre outros aspetos da trabalhadora do sexo para evidenciar aos demais quais os seus gostos.

“brasileira morena muito clara (eu diria branca demais; gosto de bronze) alta 170 quase, esbelta, barriga zero, mamas naturais muito reactivas, pernas bem feitas, mãos e pés bem tratados (para quem gosta de mimar uns pés bem tratado é top porque também gosta), cabelo bem tratado e dentes perfeitos. Achei-a bonita ou mesmo muito bonita com feições neutras caucasianas mas com evidente ascendência latina. A

bunda não é como no APX²² é um pouco mais esguia; não tem aquele rácio de cintura/anca...que eu prefiro. Mas é um mulherão, não seja por isso” (cabrestu).

“Dona de um corpo quase-perfeito (não há nenhum corpo perfeito) e de um rosto lindo, que tanto me dá vontade de a beijar sem parar, como me aguça a lascívia. Uma pele morena, macia, tratada, uma musculatura trabalhada, sem chegar a ser masculina, um rabo que dá vontade de agarrar, morder, dar palmadas, ou simplesmente, apreciar.” (Diabo-a-4).

“(...) gosto delas mais *petit* e clarinhas (...)” (Tony Areias)

É notória a diferença da descrição da experiência entre cada cliente. Enquanto que uns descrevem a profissional de forma indiferente, fria, despindo-a de qualquer humanidade, outros fazem questão de reforçar sempre o valor do trabalho que estas mulheres praticam, assim como salientar que o que uns podem considerar pouco atraente, para outros pode ser uma beleza imensurável, o que reforça a existência de uma masculinidade acentuada por parte de grande parte dos clientes, seja pela forma como se referem às profissionais e, conseqüentemente, às mulheres, seja pela forma como se posicionam na descrição da experiência sexual.

Por parte dos clientes há expectativa de que as trabalhadoras do sexo possam ser “perfeitas”, semelhantes a uma “modelo”, pelo que, quando confrontados com corpos e características físicas que não correspondem a essas expectativas (e.g. ser “*baixinha*”, apresentar uma “*postura corporal pouco elegante, quase meio corcunda*”, Insideon), não se coíbem de expressar abertamente críticas, por vezes, em tom jucozo. Além dessas características, o “excesso” é também alvo desaprovação. “*Encontrei umas pestanas enormes e lábios recauchutados, excessiva maquilhagem... Parecia quase que estava com um travesti... Por ser tudo tão fake na cara dela. Nem lhe terei conseguido ver a cor dos olhos durante 1h, tal era o tamanho das pestanas.*” (Insideon). O excesso é visto com desagrado porque coloca não só em evidência a “não-naturalidade” feminina, como tem o potencial de denunciar as profissionais do sexo como “prostitutas” (“... *as pestanas pretas postiças... ninguém lhe diz que só quem usa aquilo são as GP’s? Não percebe que a denuncia*”, Ambrosiojarbas). Os clientes nutrem o desejo por mulheres com corpos “belos”, “perfeitos”, “naturais” e que jamais possam revelar características que evidenciem a sua atividade.

A expectativa clientelar é muitas vezes fomentada pelas fotografias apresentadas nas páginas das profissionais do sexo, cujo propósito é precisamente o de estimular a fantasia, a

²² Website *ApartadoX*.

ilusão e aliciar os clientes. Todavia, estes podem viver um completo desapontamento quando confrontados presencialmente com as profissionais do sexo.

“bem, as fotos podem ser dela mas já faz mais de vinte anos seguramente. Encontro uma mulher feia, “velha” mas com um corpo para a idade nada mau, de referir que a gordura presente a mim não me afeta apenas o facto de não corresponderam ao anúncio ativo.” (lowcost)

“Chego lá, miúda feia, barriga murcha e descaída, peito péssimo (gostava de contratar quem fez o photoshop, um verdadeiro Da Vinci)” (AMSA69)

“Chego ao local, sou recebido pela GP e fico logo um pouco decepcionado, ela não é uma mulher bonita, as fotos nesse aspecto tinham me levado a criar alguma ilusão. O corpo em si não estava mau, mas tinha alguma barriga, alguns kgs a mais. A nível das mamas, nada a dizer, brutais... tinha sido a razão de eu lá ter ido.” (esquadro14).

Aquando da descrição física das trabalhadoras do sexo foi possível identificar a existência de narrativas com referências a expressões preconceituosas e/ou xenófobas. Frases como as apresentadas abaixo são exemplo disso mesmo.

“Agora vem f*der o cu da preta, o que é que um gajo faz (eu não sou de ferro) comi o cu da preta” (crisuzana)

“...em determinados ângulos fazia me lembrar um travesti devido à sua cara asiática.” (mau492)

“... estava no classificados X e pesquisei por japonesa apenas porque sim. Não costumo ir a este site encomendar a comida mas ainda bem que o fiz.” (Starxx).

O comentário do utilizador Starxx, remete-nos à ideia de que a mulher, por si só, não tem valor humanitário. No caso de alguns clientes, que ainda que não representem a maioria, são um número preocupante, as suas narrativas têm vinculadas as ideias das sexualização do corpo da mulher, que é exposto – na ótica dos clientes – para ser comercializado e consumido (Coy, 2013). Esta ideia de que o homem tem acesso ao corpo da mulher por ser o seu direito natural (Jeffreys, 2010) reforça a masculinidade tóxica existente entre alguns “confrades”, que observam a mulher somente como uma fonte de prazer masculino. *“Este foi o momento mais interessante de toda a visita. Ela estava a ganhar bem, eu também estava a gostar bastante, e foi neste momento que para mim ficou claro que ela prefere que a iniciativa esteja do nosso lado.”* (Gfms). O comentário deste utilizador promove a “animalização” da profissional, despindo-a, mais uma vez, da sua humanidade.

3.5.2. Atributos psicológicos, relacionais e sexuais

Para além dos atributos físicos, a grande maioria dos clientes também tende a considerar a “simpatia”, a capacidade de comunicação e de criar um ambiente “envolvente” e “intimista” como competências fundamentais no desenvolvimento da atividade de trabalho sexual. Por vezes, as características psicológicas e relacionais das profissionais do sexo são tão ou mais valorizadas do que os atributos físicos, o que reforça a teoria de que os clientes não procuram todos apenas sexo, mas uma sensação de envolvimento, compreensão, carinho e afeto (Frank, 2002; Malarek, 2009).

“A Gaby é uma rapariga simpática, mas profissional. Tenta criar ambiente, faz o que é pedido, mas não se entusiasma. Conversa q.b. não é chata, não finge nada, tudo correcto.” (PixelPimp)

“Esta menina é um doce. O que é importante para mim, pois quando recorro a estes serviços, procuro uma namorada por uma hora, e não apenas sexo. É muito querida, com uma atitude muito positiva e descontraída. Gosta de rir, e de agradar e vai com o flow do momento. É quase como fazer amor com ela. (...) foi sempre super-atenciosa e sempre presente, ou seja está ali naquele momento para mim.” (unless)

“Simpática, paciente, bem humorada e com uma conversa acima da média (...) extremamente simpática, disponível, inteligente, com a cabeça no sitio e com as ideias bem definidas para o que quer para o seu futuro. Excelente companhia. Um prazer falar e trocar ideias com ela.” (r.pedro).

Estes dados vão ao encontro do estudo desenvolvido por Martín e Fálcon (2021), que indica precisamente existirem diferentes razões pelas quais os homens procuram sexo comercial, sendo que, um número significativo destes tende a procurar uma intimidade interpessoal temporária e, como tal, tendem a valorizar bastante os atributos psicológicos e relacionais das profissionais do sexo.

Os atributos sexuais das profissionais do sexo são também muito valorizados, ao ponto das suas *performances* serem pormenorizadamente descritas nos comentários dos clientes.

“Tenho a dizer que foi dos melhores broches da minha vida, muito muito bem trabalhado! Afundações, cuspidelas, tratamento dos apêndices, tudo e foi a primeira GP que a fazer bico de pato com os lábios mas lá conseguiu praticamente esconder o meu abono todo! Brutal! Adorei! Já muitas tinham tentado e algumas gregado. A seguir manda sentar na cama e continua os trabalhos orais de alta intensidade! Tivemos uns largos minutos nisto até que mandei abrandar para não ficar logo ali , encapotámos, rodámos umas posições e de 4, enganei-me e no entusiasmo meti-lhe no rabo, nem se queixou e ainda incentivou,

começando ela literalmente a foder-me, impressionante! Nisto digo que me estou a vir e pimba, tudo na boquinha mas não sei se engoliu. Depois volta, massagem e segundo round, novamente oralidades divinais e várias posições sempre com ela a dar tudo! Terminei de 4!” (StreeT)

“Faz um broche aceitável mesmo que com capote, acima de tudo uma boa sucção e sempre a olhar nos olhos. Se fosse sem, poderia ter sido bem interessante. A dada altura vem para cima de mim, e continuamos em nota medíocre, porque não estava a fazer nada de especial. Foi para cowgirl, agarrei-a bem e procurei ter mais iniciativa para ver se o ambiente aquecia, mas nunca senti uma grande conexão com ela. Lá vamos ao doggy que depois de uns minutos venho me dentro dela (usando a camisa como é óbvio) (...)Vamos a um segundo round, onde ela fez mais do mesmo até que eu a coloquei com as pernas nos meus ombros e comecei a partir pedra. Este foi o momento mais interessante de toda a visita. Ela estava a ganir bem, eu também estava a gostar bastante, e foi neste momento que para mim ficou claro que ela prefere que a iniciativa esteja do nosso lado. consegui terminar o 2ºround nesta mesma posição, eu satisfeito e ela também. Mesmo depois deste segundo round melhorzinha, não consigo dar uma boa nota. E passo a explicar, é demasiado cara para aquilo que oferece. Não estamos a falar de uma mulher linda, nem de uma maluca na cama. Gosto quando as coisas são mais íntimas e menos "ginásio" o que implica que a mulher saiba o que está a fazer, o que não é o caso (pelo menos comigo).” (Gfms).

A descrição feita pelos utilizadores StreeT e Gfms espelham as descrições dos encontros sexuais de um número significativo de clientes que dão o seu feedback no fórum. Esta forma de descrever o ato sexual, quase que num estilo de “façanha”, numa tentativa de se vangloriarem pela sua virilidade e vigor é a representação da típica narrativa essencialista, que consiste no desejo pelo sexo como uma das bases da existência do homem (Senent, 2019) – “macho” e “alfa” e a ideia de que nem toda a mulher conseguirá levar (aquele) homem ao orgasmo.

Salienta-se, no entanto, que quando os atributos psicológicos e relacionais se encontram ausentes, as trabalhadoras do sexo tendem a ser olhadas com alguma “estranheza”, vistas pelos clientes como possuidoras de algum “distúrbio” ou “problema de saúde mental”, ainda que sejam detentoras de reconhecidos atributos físicos ou competências sexuais.

“(…) fiquei com a ideia de ter um atraso qualquer em termos mentais. É feia sem piada nenhuma, talvez as mamas sejam ok mas *nem para falar serve*. A pior GP de sempre na minha lista” (per66).

“(…) Tem uma cara bonita, não é uma modelo e tem alguma confusão naquela cabeça mas no que toca ao sexo, é um vale tudo.” (Tony Areias)

Tal significa que as profissionais do sexo são negativamente avaliadas pelos clientes (descritas como “pouco atraentes”) quando estas parecem não ser detentoras de atributos

psicológicos ou relacionais fundamentais (“saber falar”, “saber interagir”), ainda que a sua performance sexual seja altamente investida. Tal situação evidencia que o desempenho sexual, *per si*, é insuficiente para a avaliação positiva da experiência sexual, sendo essenciais os atributos psicológicos e relacionais.

Há ainda quem faça referência à falta de auto-estima de algumas profissionais – *“Tem as mamas pequenas, o que poderá ser um turn off para alguns Confrades, ela própria, parece-me, é um pouco paranóica com isso, já me perguntou várias vezes, desde a 1ª vez que lá fui, se achava que as mamas delas são pequenas e se as deveria aumentar... Como já passou tanto tempo e como ela nunca fez a operação, não sei se algum dia fará, mas parece-me um pouco obcecada com isso. No princípio disse-lhe que deveria fazer a operação, agora acho que já não, estou habituado a ela assim e gosto dela assim.”* (Zé Tolas), reforçado também pelo utilizador articmonkeys22: *“concordo com a obsessão que um confrade já referiu aí do silicone, porque de facto acho que sempre que lá vou ela faz essa pergunta. As mamas dela são de facto pequenas, mas como não sou fã de silicone não me chateia.”*

A escolha dos termos e palavras – “paranóica” e “obsessão” – para descrever a preocupação da trabalhadora sexual, aparentemente, em ser atraente para os clientes, pode surgir de uma questão mais complexa. Essa pode passar pela baixa auto-estima da profissional do sexo – dado que a associação da profissional do sexo aos problemas de auto-estima tem sido referida em alguns estudos (Ngo et al., 2007; Sallman, 2010; Carrasco et al., 2017). Contudo, não significa que este caso represente a opinião de todas as profissionais do sexo, tendo em conta que outros estudos obtiveram resultados contrários (em que a integração no mercado sexual influenciou o aumento da auto-estima das mulheres (Romans et al., 2001; Scull, 2015; Benoit et al., 2017). É, no entanto, importante salientar que os estudos em que se evidencia menor auto-estima nas mulheres que vendem serviços sexuais, referem-se ao trabalho sexual de rua, ao contrário dos estudos que reportam aumento de auto-estima aquando a inserção no mercado sexual, que se referem ao trabalho sexual interior.

3.6. Comportamentos de risco e violência(s) durante as práticas de sexo comercial

Através da análise dos comentários dos clientes identificou-se, de forma não expressiva, por razões de omissão de informação, que alguns destes tendem a apresentar comportamentos de risco durante as suas práticas de sexo comercial.

Ao nível da proteção sexual, é manifestado, com frequência, certo desagrado por terem de fazer uso do preservativo aquando da realização da penetração e, muito especialmente, do sexo oral. Esta informação reforça os resultados de estudos realizados ao longo dos anos em todo o mundo (Plumridge, Chetwynd e Reed, 1997; Garcia, Yam e Firestone, 2006; Belza et al., 2008; Santos, 2019).

“(…) depois de algum esfreganço e de se libertar da pouca roupa que tinha, coloca o preservativo e inicia um oral desagradável, sempre a olhar-me nos olhos. Embora sem ser nada do outro mundo, até esse momento estava no limite do positivo. Não gostei de ter de usar preservativo.” (ccc30)

“Apesar de não ter muita técnica no oral, ela chupa com força como se tivesse com uma palhinha, e acho que se não tivesse preservativo ela me sugava os tomates por alí [bigsmile], ainda que prefira sem preservativo, pois sabe melhor” (mitapil).

Foi também possível apurar situações em que clientes experienciam as práticas sexuais sob o efeito de álcool, cujas consequências são manifestas no próprio desempenho sexual e indelicadeza no trato com as profissionais do sexo. Contudo, é um cliente em particular – esquadro14 – que se destaca, pela quantidade de vezes em que compra os serviços sexuais, quando sob efeito de álcool, o que pode revelar um padrão de comportamento particular.

“(…) tenho de avisar que o TD está muito condicionado pelo álcool, há algumas partes que me falham, e no dia seguinte até lhe pedi desculpa por não ir no meu estado "normal" e por poder ter feito algo que menos correcto ou indelicado.” (esquadro14)

“Bom aqui devido ao meu cansaço, ao adiantado da hora (já era quase dia), ao álcool, comecei a perder vigor e ela desmontou e começou a chupar-me novamente.” (esquadro14)

No que concerne a comportamentos de violência física, não foi possível apurar qualquer ato de violência por parte dos clientes, dado que a descrição das suas experiências, ainda que algumas muito negativas, não evidenciaram narrativas sobre esta questão. No entanto, foram identificadas interações mais “tensas” preconizadas pelas profissionais ligadas a pagamento dos serviços (ou à falta destes).

“Entretanto depois de la mamar até ao fim e de a ter enrrabado com aquele mini rabo foi chamar o segurança e queria mais dinheiro tive que chamar a polícia e acabei por sair sem problemas do apartamento. A jade está na avenida 4 de outubro uma burla esta put*” (sabatini33).

Alguns clientes referem a existência de manipulação por parte das profissionais do sexo, ao indicarem que os clientes estão a ser “brutos” ou que as estão a “magoar”, como estratégia de terminarem o serviço mais cedo, sendo pagas na mesma pela totalidade do serviço.

“Primeira penetração e diz que estou a ser bruto... Juro que tentei ser o mais meigo possível e não sou assim tão avantajado. Nova tentativa, ainda com mais calma e após 3 bombadas diz que assim não pode ser e que estou a magoar... Soou-me a esquema para ficar por ali... O que vale é que à terceira consegui vir-me, senão nem isso tinha!” (sabatini33).

O consumo de álcool, drogas ou roubos por parte dos clientes não são referidos nas narrativas analisadas, sendo muito poucos os clientes que realizam o serviço enquanto se encontravam sob efeito de (apenas) álcool. A associação recorrente de uso de drogas e álcool ao trabalho sexual, parece não estar presente nas narrativas dos clientes. Essa perspetiva pode influenciar a forma como o trabalho sexual é encarado, dado que ainda que a prostituição de rua seja uma realidade ainda muito presente, já não é a base principal para a construção de opiniões acerca do trabalho sexual. Isto porque a associação de toxicodependência e alcoolismo à prostituição, é feita, na sua grande maioria, à prostituição de rua (Pinto, 2018), o que tende a não se evidenciar no trabalho sexual em contexto abrigado.

Considerações finais

Através dos comentários dos clientes de sexo comercial recolhidos e analisados, conclui-se que a experiência sexual dos sujeitos clientelares tende a ser influenciada por diversos fatores, podendo esses estarem relacionados com os atributos físicos, psicológicos, relacionais e/ou sexuais da profissional do sexo, a qualidade dos locais onde o sexo comercial é praticado, os preços dos serviços procurados e o controlo de tempo por parte da trabalhadora sexual.

Existem diferentes motivações que levam o cliente a recorrer ao sexo comercial, seja por quererem vivenciar a *girlfriend experience*, realizar práticas sexuais que não conseguiriam num relacionamento amoroso – essa limitação pode ser influenciada pela falha de comunicação com o/a parceiro/a –, “apimentar” a sua relação, (se realizada sexo a três ou em grupo), ou até mesmo, por estarem aborrecidos e com vontade de “saciar” de imediato o desejo sexual. Observou-se que existe um grande número de clientes que procura a intimidade, por vias de carinho, conversa, simpatia e compreensão por parte da profissional do sexo.

O processo de escolha da profissional é altamente influenciado pela opinião dos outros “confrades”, o que significa que os clientes atribuem um grande valor à existência do fórum *GP-PT.net* pela sua praticidade. Estes resultados reforçam os dados de estudos já realizados em Portugal (Sacramento, 2005, Ramalho, 2016). No que concerne à comunicação realizada entre o sujeito clientelar e a profissional do sexo, sabe-se que a comunicação tende a ser geralmente rápida, prática e, na sua maioria, realizada através de contacto telefónico ou *WhatsApp*.

Em relação aos comportamentos de risco apresentados, a grande maioria apresenta conhecimento sobre os riscos que possam advir da compra de serviços sexuais e, mesmo não gostando da ideia de utilizar preservativo no ato sexual, aceitam as condições que lhes são impostas pelas profissionais.

Por fim, observou-se que os clientes descrevem, de duas formas distintas, a trabalhadora sexual – uma mulher que merece respeito, mesmo sendo profissional do sexo e uma mulher com menos valor, que existe para servir somente as necessidades impostas pelos clientes.

A informação recolhida vem diretamente da “fonte”: os sujeitos clientelares, o que permitiu um conhecimento sobre as suas experiências a partir de uma perspetiva interna, sem a necessidade de comunicação direta com estes. Ainda assim, crê-se que a veracidade da informação recolhida pode, em parte, ser influenciada pela escolha consciente do cliente narrar

ou não “a verdade” dos fatos, dado que, num ambiente de “confrades”, a necessidade dos clientes se colocarem no papel de “macho alfa” é predominante.

Através do método etnográfico, foi possível observar, nos espaços de convívio digital e partilha clientelar, a forma como estes comunicam entre si e com as trabalhadoras do sexo. Foi possível também conhecer o processo de escolha/contacto com as profissionais, como descrevem e avaliam as suas experiências sexuais e se existe a presença de comportamentos de risco. Crê-se que a investigação permitiu trazer à “luz” sujeitos que se encontram, na maior parte das vezes, “ocultos”, pelo que a sua visibilização é já um esforço de conhecimento conseguido. Todavia, não se pode deixar de refletir sobre as limitações encontradas. A dificuldade de apurar a faixa etária, a escolaridade, a ocupação profissional e poder económico dos clientes, por exemplo, foi um obstáculo ao complemento do perfil do cliente, ainda que esse não fosse o objetivo do estudo. Uma outra dificuldade, mais de ordem pessoal, teve haver com o facto de, nalguns momentos, certas narrativas terem produzido uma sensação de certa aversão à aluna pela forma como alguns clientes descreviam as profissionais do sexo, olhando-as como uma “mercadoria”.

Sugere-se que, próximas investigações possam também focar-se nas mulheres clientws do sexo comercial, dada a sua invisibilidade científica, podendo ser interessante encontrar semelhanças ou diferenças das experiências sexuais entre homens e mulheres.

Referências Bibliográficas

- Alario, G. M. (2018). La influencia del imaginario de la pornografia hegemónica em la construcción del deseo sexual masculino prostituyente: Um análisis de la demanda de rostitución. *Asparkia*, 33, 61-79. <https://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/3282>
- Ashforth, B. & Kreiner, E. G. (1999). "How can you do it?": Dirty work and the challenge of constructing a positive identity. *Academy of Management Review*, 24 (3), 413-434. <https://doi.org/10.2307/259134>
- Barbosa, B. & Silva, L. (2017). Transexualidade, violência e ciberespaço: Um estudo etnográfico digital. *Percurso Académico*, 7, 419-435. <https://doi.org/10.5752/P.2236-0603.2017v7n14p419-435>
- Belza, M. J., Fuente, L., Suárez, M., Vallejo, F., García, M., López, M., Barrio, G. & Bolea, A. (2008). Men who pay for sex in Spain and condom use: Prevalence and correlates in a representative sample of the general population. *Sexually Transmitted Infections*, 84(3), 207-211. <https://sti.bmj.com/content/84/3/207>
- Benoit, C., Smith, M., Jansson, M. & Magnus, S. (2017). Sex work and three dimensons of self-esteem: Self-worth, authenticity and self-efficacy. *Culture, Health & Sexuality*, 20(2), 1-15. <https://doi.org/10.1080/13691058.2017.1328075>
- Calvey, D. (2013). Covert ethnography in criminology: A submerged yet creative tradition. *Current Issues in Criminal Justice*, 25(1), 541-550. <https://doi.org/10.1080/10345329.2013.12035980>
- Campbell-Meilejohn, D., Bach, D., Roepstorff, A., Dolan, R. & Frith, C. (2010). How the opinion of others affects our valuation of objects. *Current Biology*, 20(13), 1165-1170. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2010.04.055>
- Capelo, T. (2016). *A prostituição de luxo: uma análise cultural*. [Dissertação de Mestrado, Universidade da Madeira]. Repositório Científico Digital da Universidade da Madeira. <https://digituma.uma.pt/handle/10400.13/1865?locale=en>
- Carrasco, M. A., Barrington, C., Kennedy, C., Perez, M., Donastorg, Y. & Kerrigan, D. (2017). "We talk, we do not have shame": Addressing stigma by reconstructing identity through enhancing social cohesion among female sex workers living with HIV in the Dominican Republic. *Culture, Health & Sexuality*, 19(5), 543-556. <https://doi.org/10.1080/13691058.2016.1242779>

- Carvalho, A. B. (2006). *Etnografia digital na educação à distância e uso de jogos eletrônicos no processo de ensino e aprendizagem*. III Seminário Jogos Eletrônicos, Educação e Comunicação.
- https://www.academia.edu/1911583/ETNOGRAFIA_DIGITAL_NA_EDUCAÇÃO_A_DISTÂNCIA_E_USO_DE_JOGOS_ELETRONICOS_NO_PROCESSO_DE_ENSINO_E_APRENDIZAGEM
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2009). *Encuesta Nacional de Salud Sexual*.
https://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?&estudio=9702
- Cobo, R. (2016). Um ensayo sociológico sobre la prostitución. *Política y Sociedad*, 53(3), 897-914. https://doi.org/10.5209/rev_POSO.2016.v53.n3.48476
- Coelho, B. (2009). *Corpo adentro: Prostitutas acompanhantes em processo de invenção de si*. Lisboa: Difel.
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities*. University of California Press.
http://lulfmi.lv/files/2020/Connell_Masculinities.pdf
- Cordeiro, A. L. (2023). *Trabalho sexual, estigma e saúde: discursos e percursos de profissionais portuguesas/as*. [Dissertação de mestrado, Faculdade de Ciências Humanas e Sociais]. Repositório Institucional da Universidade Fernando Pessoa.
<https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/11506>
- Cotton, A., Farley, M., & Baron, R. (2012). Attitudes towards prostitution and acceptance of rape myths. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(9), 1790-1796.
<https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00259.x>
- Coy, M. (2013). Invaded spaces and feeling dirty: Women's narratives of violation in prostitution and sexual violence. Horvath, M., & Brown J. (Eds.), *Rape challenging contemporary thinking*, (pp. 183-206). New York: Routledge.
- Creswell, J. (2002). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Cruz, J. (2016). *Estudo exploratório sobre as mulheres clientes de prostituição: Características, motivações e significados*. [Dissertação de mestrado, Universidade do Porto]. Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/86662/2/160919.pdf>
- Cunningham, S., Sanders, T., Scoular, J., Campbell, R., Pitcher, J., Hill, K., Valentine-Chase M., Melissa, C., Aydin, Y., & Hamer, R. (2018). Behind the screen: Commercial sex,

- digital spaces and working online. *Technology in Society*, 53, 47– 54.
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.11.004>
- Davidson, J. O. (2002). The rights and wrongs of prostitution. *Hypatia*, 17(2), 84-98.
<https://doi.org/10.1111/j.1527-2001.2002.tb00767.x>
- Decker, M. R., Seage, G., Hemenway, D., Gupta, J., Raj, A & Silverman, J. G. (2009). Intimate partner violence perpetration, standard and gendered STI/HIV risk behavior, and STI/HIV diagnosis among a clinic-based sample of men. *Sexual Transmitted Infections*, 85(7), 555-560. <https://sti.bmj.com/content/85/7/555>
- Dimbuene, Z. T., Emina, J. B., Sankoh O. (2014). UNAIDS “multiple sexual partners” core indicator: promoting sexual networks to reduce potential biases. *Global Health Action*, 7, 1-6. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.3402/gha.v7.23103>
- Dworkin, A. (1987). *Intercourse*. <https://caringlabor.files.wordpress.com/2012/09/intercourse-andrea-dworkin.pdf>
- Dylewski, L. & Prokop, P. (2019). *History of prostitution*. In T. K. Shackelford & V. A. Weeks-Shackelford (Eds.), *Encyclopedia of Evolutionary Psychological Science* (pp. 6331-6338). Springer. <https://ebin.pub/qdownload/encyclopedia-of-evolutionary-psychological-science-1st-ed-2021-3319196499-9783319196497.html>
- Farley, M., Golding, J. M., Matthews, E. S., Malamuth, N. M., & Jarrett, L. (2017). Comparing sex buyers with men who do not buy sex: new data on prostitution and trafficking. *Journal of Interpersonal Violence*, 32(23), 3601-3625.
<https://escholarship.org/content/qt3c49265n/qt3c49265n.pdf?t=qbnrv4>
- Fernandes, E., & Maia, A. (2001). *Grounded Theory*. In Fernandes, E., Almeida, L. S. (Eds.), *Métodos e técnicas de avaliação: Contributos para a prática e investigação psicológicas* (pp. 49-76). Centro de Estudos da Criança da Universidade do Minho.
<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/4209/1/Grounded%20Theory.pdf>
- Frank, K. (2002). *G-strings and sympathy: Strip club regulars and male desire*. Durham, NC: Duke University Press.
- Fuller, G. H. (2008). What does the term ‘ethnography’ mean to you? *Quirk’s Marketing Research Review*, 48. <https://doi.org/10.1177/2631787720919439>
- Garcia, S., Yam, E & Firestone, M. (2006). “No Party Hat, No Party”: Successful condom use in sex work in Mexico and the Dominican Republic. *Reproductive Health Matters*, 14(28), 53-62. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=951694#

- Girão, A. (2009). *Prostituição. Que relações? Análise relativa à existência de proxeneta/chulo e as percepções destes face a esta relação*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Lusófona]. Departamento de Psicologia. <https://recil.ensinolusofona.pt/bitstream/10437/1134/6/CORPO%20DO%20TEXT0.pdf>
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of Grounded Theory: Strategies for qualitative research*. Aldine Transaction. http://www.sxf.uevora.pt/wp-content/uploads/2013/03/Glaser_1967.pdf
- Harcourt, C., & Donovan, B. (2005). The many faces of sex work. *Sexually Transmitted Infections*, 81(3), 201–206. <https://sti.bmj.com/content/81/3/201>
- Havocscope (2019). *Prostitution Prices*. <https://pasionerotica.com/the-price-of-prostitution-around-the-world-in-2019>
- Henry, M. & Farvid, P. (2017). “Always hot, always live”: Computer-mediated sex work in the era of “camming”. *Women Studies Journal*, 31, 113-118. https://www.researchgate.net/publication/322287858_%27Always_hot_always_live%27_Computer-mediated_sex_work_in_the_era_of_%27camming%27
- Holt, M., Broady, T., Callander, D., Pony, M., Duck-Chong, L., Cook, T. & Rosenberg, S. (2023). Sexual experience, relationships, and factors associated with sexual and romantic satisfaction in the first Australian Trans & Gender Diverse Sexual Health Survey. *International Journal of Transgender Health*, 24(1), 38-48. <https://doi.org/10.1080/26895269.2021.2016540>
- Holzman, H. & Pines, S. (1982). Buying sex: the phenomenology of being a John. *Deviant Behavior*, 4, 89-116. <https://doi.org/10.1080/01639625.1982.9967604>
- Hor, L., Detels, R., Heng, S. & Mun, P. (2005). The role of sex worker clients in transmission of HIV in Cambodia. *International Journal of STD & AIDS*, 16(2), 170-174. <https://doi.org/10.1258/0956462053057567>
- Huberman, A., & Miles, M. (1994). *Qualitative data analysis*. SAGE Publications. <https://vivauniversity.files.wordpress.com/2013/11/milesandhuberman1994.pdf>
- Hudson, B. A. (2008). Against all odds: A consideration of core-stigmatized organizations. *Academy of Management Review*, 33(1), 252-266. <https://doi.org/10.2307/20159386>
- Instituto Nacional de Estatística. (INE). 2021. Estudo sobre o Poder de Compra Concelhio. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOE_Spub_boui=439549749&PUBLICACOESmodo=2
- Jeffreys, S. (1997). *The idea of prostitution*. Canadian Woman Studies / Spinifex Press.

- Jeffreys, S. (2009). *The industrial vagina: The political economy of the global sex trade*.
https://www.researchgate.net/publication/289137984_The_industrial_vagina_The_political_economy_of_the_global_sex_trade
- Jeffreys, S. (2010). "Brothels without Walls": The escort sector as a problem for the legalization of prostitution. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 17(2), 210-334. <https://doi.org/10.1093/sp/jxq005>
- Jewkes, R., Dunkle, K., Koss, M. P., Levin, J. B., Nduna, M., Jama, N., Shai, N., & Sikweyiya, Y. (2007). Rape perpetration by young, rural South African men: Prevalence, patterns and risk factors. *Social Science & Medicine*, 63(11), 2949-2961.
<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2006.07.027>
- Jolin, A. (1994). On the back of working prostitutes: Feminist theory and prostitution policy. *Crime & Delinquency*, 40, 69-83. <https://doi.org/10.1177/0011128794040001005>
- Jones, K. Z. (2013). *"Emotional landscapes" and the value of sex: Exploring the lived experiences of sex workers' clients*. [Dissertação de mestrado, Faculdade de Artes de Waterloo]. Universidade Wilfrid Laurier.
<https://scholars.wlu.ca/cgi/viewcontent.cgi?article=2711&context=etd&httpsredir=1&referer=>
- Jones, A. (2016). "I get paid to have orgasms": Adult webcam models' negotiation of pleasure and danger. *Journal of Women in Culture and Society*, 42(1), 227– 256.
<https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1086/686758>
- Jordan, J. (1997). User pays: Why men buy sex. *Australian & New Zealand Journal of Criminology*, 30(1), 55-71. <https://doi.org/10.1177/000486589703000105>
- Kreiner, G. E., Ashforth, B. E. & Sluss, D. M. (2006). Identity dynamics in occupational dirty work: Integrating social identity and system justification perspectives. *Organization Science*, 17(5), 619-636. <https://doi.org/10.1287/orsc.1060.0208>
- Lee-Gonyea, J., Castle, T. & Gonyea, N. (2009). Laid to order: Male escorts advertising on the Internet. *Deviant Behavior*, 30(4), 321-348.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01639620802168858>
- Legardinier, C. & Bouamama, S. (2006). *Les clients de la prostitution: L'enquête*. Presses de la Renaissance.
- Lever, J., & Donick, D. (2000). Clients and call girls: Seeking sex and intimacy. In R. J. Weitzer (Ed.), *Sex for sale*. New York: Routledge.

- Lopes, A. (2006), *Trabalhadores do sexo uni-vos! Organização laboral na indústria do sexo*. Publicações Dom Quixote.
- Machado, B. (2021). *O trabalho sexual online com recurso a plataformas de distribuição de conteúdo: um estudo exploratório*. [Dissertação de mestrado, Universidade do Porto]. Repositório Aberto da Universidade do Porto.
<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/137659/2/514247.pdf>
- MacKinnon, C. (1987). *Feminism unmodified: Discourses on life and law*.
<https://readcatharinemackinnon.files.wordpress.com/2020/07/catharine-a-mackinnon-feminism-unmodified-discourses-on-life-and-law-1.pdf>
- Malarek, V. (2009). *The Johns: Sex for sale and the men who buy it*. Toronto: Key Porter Books
- Marques, C. (2013). *As mulheres clientes de sexo comercial: Um estudo exploratório sobre as clientes do striptease masculino*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]. Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/111011/2/255815.pdf>
- Marshall, C., & Rossman, G. (2011). *Designing qualitative research*. SAGE Publications.
- Martilla, A. M. (2003). Consuming sex – Finnish male clients and Russian and Baltic prostitution. *5th European Feminist Research Conference – Gender and Power in the New Europe*, Suécia, 20-24 agosto. <https://usiraq.procon.org/sourcefiles/consuming-sex-finnish-male-clients-and-russian-and-baltic-prostitution.pdf>
- Martín, P. & Falcón, C. (2021). La relación de compraventa en la prostitución. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 78(153), 617-635.
<https://revistas.comillas.edu/index.php/miscelaneacomillas/article/view/15636/13998>
- Matias, S. (2014). *Perceções de polícias sobre a prostituição: Um estudo exploratório feito no Porto*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]. Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/79445/2/34481.pdf>
- Melo, M. (2015). *Masculinizar o trabalho sexual: Perceções e vivências de trabalhadores do sexo homens acerca do comércio de sexo entre homens*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]. Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação.
<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/83106/2/120535.pdf>
- Meskó, N, Láng, A. & Bernáth, L. (2014). Women evaluate their partners sexual infidelity: trade-off between disease avoidance and abandonment avoidance. In Éva Farkas (Eds.), *Acta Szekszardiensium/Scientific Publications. Tom XVI* (pp. 111-128). Szekszard: Illeys

Gyula Faculty, University of Pecs.
https://www.researchgate.net/publication/267752802_Women_evaluate_their_partners%27_sexual_infidelity_Trade-off_between_disease_avoidance_and_abandonment_avoidance

- Milett, K. (2018). *Sexual Politics*. Doubleday & Company.
- Monto, M. (2004). Female prostitution, customers, and violence. *Violence Against Women*, 10(2), 160-188.
<https://doi.org/10.1177/1077801203260948>
- Monto, M. & Mcrec, N. (2005). A comparison of the male customers of female street prostitutes with national samples of men. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 49(5), 505-529. <https://doi.org/10.1177/0306624X04272975>
- Monto, M & Milrod, C. (2017). Ordinary or peculiar men? Comparing the customers of prostitutes with a nationally representative sample of men. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 58(7), 802-820.
<https://doi.org/10.1177/0306624X13480487>
- Morcillo, S., Martynowsky, E & Barbero, M. S. (2021). ¿El macho “apichonado”? Masculinidad, emociones y relaciones de género en los relatos de varones que pagan por sexo en Argentina. *Contemporânea: Revista de Psicologia da UFSCar*. 11, 608-622.
<https://www.contemporanea.ufscar.br/index.php/contemporanea/article/view/802>
- Moreira, C. (2019). *Mulheres trans trabalhadoras do sexo: Impactos e significados sobre o corpo e a saúde*. [Dissertação de Mestrado, Instituto Universitário da Maia]. ISMAI.
https://repositorio.umaia.pt/bitstream/10400.24/1214/1/TESE_FINAL_out.pdf
- Mulieri, I., Gallo, P., Fanales-Belasio, E., Colucci, A., D’Ippoliti, A., & Luzi, A. (2013). Sexual behaviours of clients of sex workers reported within phone calls at HIV/AIDS/STIs Italian helpline. *Annali Dell’Istituto superiore di sanita*, 49(2), 183-189.
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23771263/>
- Ngo, A., McCurdy S., Ross, M., Markham, C., Ratliff, E. & Pham, H. (2007). The lives of female sex workers in Vietnam: Findings from a qualitative study. *Culture, Health & Sexuality*, 9(6), 555-570. <https://doi.org/10.1080/13691050701380018>
- O’Connell-Davidson, J. (1999). *Prostitution, power and freedom*.
https://www.researchgate.net/publication/37704329_Prostitution_Power_and_Freedom

- Oliveira, A. (2008). *O mundo da prostituição: Trajectórias, discursos e práticas: Um estudo etnográfico*. [Dissertação de mestrado, Universidade do Porto]. Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/95118>
- Oliveira, A. (2013). Prostituição feminina, feminismos e diversidade de trajetórias. *Ex aequo*, 28, 17-30. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/72496/2/87537.pdf>
- Oliveira, A. (2017). Prostituição em Portugal: Uma atividade marginalizada num país que tolera mais do que persegue. *Bagoas*, 17, 201-224. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/111356/2/259362.pdf>
- Orchard, T. (2019). Sex work and prostitution. *Encyclopedia of Sexuality and Gender*, 2, 1-5. https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-319-59531-3_15-1#citeas
- Paglia, C. (1997). *Vampes & Vadias*. Relógio d'Água.
- Pandor, A., Kaltenthaler, E., Higgins, A., Lorimer, K., Smith, S., Wylie K., & Wong, R. (2015). Sexual health risk reduction interventions for people with severe mental illness: a systematic review. *BMC Public Health*, 15(1), 1-13. <https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-015-1448-4>
- Pateman, C. (1999). What's wrong with Prostitution? *Women's Studies Quarterly*, 27(1/2), 53-64. <https://www.feministes-radicales.org/wp-content/uploads/2010/11/Carole-Pateman-Whats-Wrong-with-Prostitution.pdf>
- Phoenix, J. & Oerton, S. (2005). Illicit and illegal: Sex, Regulation and Social Control. *Journal of Social Policy*, 36(1), 173-174. <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-social-policy/article/abs/j-phoenix-and-s-oerton-illicit-and-illegal-sex-regulation-and-social-control-willan-publishing-cullompton-2005-209-pp-1799-pbk/00DF8B8579ECD81B4762EC7B09F6C118>
- Pinheiro, L., Neves, J. & Martins, M. (2012). Ter como palco de fundo as redes sociais. Desafios metodológicos: Como o observado muda o observador. *Comunicação e Cultura*, 12, 147-155. <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/29849>
- Pinto, M. (2018). *Prostituição de luxo: Sentidos e representações atribuídas à prostituição de luxo em contexto universitário*. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho]. Instituto de Ciências Sociais. http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/56049/1/3_Dissertacao_PG32204_MarianaPinto.pdf

- Plumridge, E. W., Chetwynd, S. J. & Reed, A. (1997). Control and condoms in commercial sex: client perspectives. *Sociology of Health & Illness*, 19(2), 228-243.
<https://doi.org/10.1111/1467-9566.ep10934417>
- Policarpo, V. (2011). *Indivíduo e Sexualidade: a construção social da experiência sexual*. [Tese de Doutoramento, Universidade de Lisboa]. Instituto de Ciências Sociais.
https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/4197/1/ulsd061121_td_Veronica_Policarpo.pdf
- Prokop, P., Dylewski, L., Wozna, J. T. & Tryjanowski, P. (2018). Cues of woman's fertility predict prices for sex prostitutes. *Current Psychology*, 39(1), 919-926.
<https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-social-policy/article/abs/j-phoenix-and-s-oerton-illicit-and-illegal-sex-regulation-and-social-control-willan-publishing-cullompton-2005-209-pp-1799-pbk/00DF8B8579ECD81B4762EC7B09F6C118>
- Raj, A., Reed, E., Welles, S. L., Santana, M. C. & Silverman, J. G. (2018). Intimate partner violence perpetration, risky behavior, and STI/HIV diagnosis among heterosexual African American men. *American Journal of Men's Health*, 2(3), 291-295.
<https://doi.org/10.1177/1557988308320269>
- Ramalho, N. (2012). O trabalho sexual: discursos e práticas dos assistentes sociais em debate. *Sexualidad, Salud y Sociedad*, 12, 64-91.
<https://www.scielo.br/j/sess/a/s4hMzMjXqFY8zkGKP9SLWMQ/?lang=pt>
- Ramalho, N., & Vaz, A. (2016). Quem são os clientes das travestis trabalhadoras do sexo em Portugal? Breve caracterização dos T-Lovers. Atas do IX Congresso Português de Sociologia: Portugal, território de territórios. https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/23135/1/conferenceobject_32823.pdf
- Ramalho, N. (2019). *“Virar Travesti”: Trajetórias de vida, prostituição e vulnerabilidade social*. [Tese de Doutoramento, ISCTE].
https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=pt-PT&user=uaG0IJUAAAAJ&citation_for_view=uaG0IJUAAAAJ:d1gkVwhDpl0C
- Ramalho, N. (2021). A vitimação de mulheres trans em contextos de trabalho sexual. VI Congresso Internacional de Direitos Humanos de Coimbra: Uma visão transdisciplinar, 394-405.
https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/25970/1/conferenceobject_89798.pdf
- Ray, A. (2007). *Sex on the open market: Sex workers harness the power of the Internet*. In Jacobs, K., Janssen, M., & Pasquinelli, M. (Eds.), *C'lick Me: a Netporn Studies Reader* (45–68). Institute of Network Cultures.

- Relatório Anual de Segurança Interna (RA SI). (2022). <https://www.portugal.gov.pt/download-ficheiros/ficheiro.aspx?v=%3d%3dBQAAAB%2bLCAAAAAAABAAzNDazMAQAhxRa3gUAAAA%3d>
- Romans, S., Potter, K., Martin, J. & Herbinson, P., (2001). The mental and physical health of female sex workers: A comparative study. *Australian and New Zealand Journal of Psychiatry*, 35(1), 75-80. <https://doi.org/10.1046/j.1440-1614.2001.00857.x>
- Rolo, A. (2017). *Violência contra trabalhadoras sexuais*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Fernando Pessoa]. Repositório Institucional da Universidade Fernando Pessoa. https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/6160/1/DM_Andr%C3%A9%20Jo%C3%A3o%20Moraes%20Rolo.pdf
- Sacramento, O. (2005). *Os clientes da prostituição abrigada: a procura do sexo comercial na perspetiva da construção da masculinidade* [Dissertação de mestrado, Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho]. Repositório Aberto da Universidade do Minho. https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/37019/1/Disserta%c3%a7%c3%a3o_Mestrado_Oct%c3%a1vio_Sacramento.pdf
- Sacramento, O. & Ribeiro, B. F. (2010). *Mulheres que trabalham, homens que se envolvem: género, estratégias e práticas na prostituição abrigada*. In Silva, M. C. & Ribeiro, B. F. (Eds.), *Mulheres da Vida, Mulheres com Vida: Prostituição, Estado e Políticas* (pp. 165-182). Editora Húmus.
- Sallmann, J. (2010). Living with Stigma: Women's experiences of prostitution and substance use. *Affilia: Journal of Women and Social Work*, 25(2), 146-159. <https://doi.org/10.1177/0886109910364362>
- Salmon, C. A. (2008). *The world's oldest profession: evolutionary insights into prostitution*. In J. Duntley & T. K. Shackelford (Eds.), *Evolutionary Forensic Psychology: Darwinian Foundations of Crime and Law* (pp. 121-135). Oxford University Press.
- Sanders, T. (2005). "It's just acting": Sex workers strategies for capitalizing on sexuality. *Gender, Work and Organization*, 12(4), 319-342. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0432.2005.00276.x>
- Sanders, T. (2008). Paying for pleasure: men who buy sex. *Contemporary Sociology*, 38(4), 355-356. <https://doi.org/10.1177/009430610903800435>
- Sanders, T., Connelly, L., & King, L. (2016). On our own terms: The working conditions of

- Internet-based sex workers in the UK. *Sociological Research Online*, 21(4), 133–146.
<https://doi.org/10.5153/sro.4152>
- Sanders, T., Scoular, J., Campbell, R., Pitcher, J., & Cunningham, S. (2018). *Internet sex work: Beyond the gaze*. Palgrave Macmillan.
- Santos, B. (2019). Sexo, prazer e trabalho: Estudo sobre o prazer sexual em trabalhadoras do sexo. [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]. Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/123924>
- Scull, M. (2015). The self-concept as a side bet: How stripping enhances the self-views of men who dance for women. *Deviant Behavior*, 36(11), 890-909.
<https://doi.org/10.1080/01639625.2014.977197>
- Seidu, A. A., Darteh, E. K M., Kumi-Kyereme, A., Dickson, K. S., & Ahinkorah, B. O. (2019). Paid sex among men in sub-Saharan Africa: Analysis of the demographic and health survey. *SSM Population Health*, 11, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2019.100459>
- Senent, R. M. (2019). Men that buy inequality: Critical analysis of sex buyers discourse on prostituted women and girls. *Asparkia Investigació Feminista*, 35(35), 23-44.
https://www.researchgate.net/publication/338027259_Men_that_Buy_Inequality_Critical_Analysis_of_Sex_Buyers%27_Discourse_on_Prostituted_Women_and_Girls
- Schei, B & Stigum, H. (2010). A study of men who pay for sex, based on the Norwegian national sex surveys. *Scandinavian Journal of Public Health*, 38(2), 135-140.
<https://doi.org/10.1177/1403494809352531>
- Smith, C. & Attwood, F. (2013). Emotional truths and thrilling slide shows: The resurgence of antiporn feminism. Taormino, T, Penley, C, Shimizu, C & Miller-Young, M. *The Femmist Porn Book: The politics of producing Pleasure* (pp. 41-55). Feminist Press At the City, University of New York.
https://www.researchgate.net/publication/316648373_Emotional_truths_and_thrilling_slide_shows_The_resurgence_of_antiporn_feminism
- Smith, N., Laing, M., & Pilcher, K. (2015). *Queer sex work*. (1st ed.). Routledge.
- Sutherland, K. (2004). Work, sex, and sex-work: Competing feminist discourses on the international sex trade. *Osgood Hall Law Journal*, 42, 139-167.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1586863
- Tariq, N., & Gupta, V. (2023). *High Risks Behaviors*. South Carolina Department of Mental Health. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK560756/>

- United Nations Development Programme. (2020). *UNDP Annual Report*.
<https://www.undp.org/publications/undp-annual-report-2020>
- Weaver, K., Garcia, M. S., Schwarz, N. & Miller, T. D. (2007). Inferring the popularity of an opinion from its familiarity: A repetitive voice can sound like a chorus. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(5), 821-833.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.5.821>
- Weitzer, R. (2000). *Sex for sale: Prostitution, pornography and the sex industry*. Routledge.
- Weitzer, R. (2009). Sociology of sex work. *Annual Review of Sociology*, 35(1), 213-234.
<https://doi.org/10.1146/annurev-soc-070308-120025>
- Ward, H., Mercer, C. H., Wellings, K., Fenton, K., Erens, B., Copas, A., & Johnson, A. (2005). Who pays for sex? An analysis of the increasing prevalence of female commercial sex among men in Britain. *Sexual Transmitted Infections*, 81(6), 467-471.
<https://sti.bmj.com/content/81/6/467>
- World Health Organization. (2017). *Sexual health and its linkages to reproductive health: an operational approach*. World Health Organization.
<https://www.who.int/publications/i/item/978924151288>

Anexos

Anexo I - Localização dos locais onde foram prestados os serviços sexuais

Nº	LOCALIZAÇÃO	FREGUESIA CORRESPONDENTE
1	Luciano Cordeiro, Av. 5 de outubro, Av. João Crisóstomo	Avenidas Novas
2	<u>Sem informação</u>	<u>Sem informação</u>
3	Expo Norte	Parque das Nações
4	Av. das Forças Armadas	Alvalade
5	Quarto de hotel em Lisboa (centro)	
6	Av. 5 de outubro Entrecampos	Avenidas Novas Alvalade
7	Quinta do Património	Sacavém e Prior Velho
8	Av. Estados Unidos da América	Alvalade
9	Centro de Massagens na rua Augusto Gil (Av. de Roma) Av. 5 de outubro	Avenidas Novas
10	Rua Camilo Castelo Branco	Santo António
11	Teilla Spa – Chiado Apartamento Av.ª João XXI	Santa Maria Maior Areeiro
12	<u>Sem informação</u>	<u>Sem informação</u>
13	Bairro de Alvalade – Entre estação de Entrecampos e Av. de Roma	Alvalade
14	Miguel Bombarda	Santo António
15	Av.ª 5 de Outubro, Saldanha, Rua Pinheiro Chagas	Avenidas Novas
16	Visita a Hotel	<u>Sem informação</u>
17	<u>Sem informação</u>	<u>Sem informação</u>

18	<u>Sem informação</u>	<u>Sem informação</u>
19	Pensão na Praça da Alegria	Santo António
20	Sintra ou Lisboa	<u>Sem informação</u>
21	Expo	Parque das Nações
22	Rua Augusto Gil (Av. de Roma) Av. 5 de outubro	Avenidas Novas
23	Campo Pequeno	Avenidas Novas
24	Luciano Cordeiro	Avenidas Novas
25	Delírio Spa (Av. ^a 5 de outubro)	Avenidas Novas
26	Picoas e Entrecampos	Avenidas Novas e Alvalade
27	<u>Sem informação</u>	<u>Sem informação</u>
28	Centro de Lisboa	<u>Sem informação</u>
29	<u>Sem informação</u>	<u>Sem informação</u>
30	Benfica	Benfica
31	Av. ^a de Roma	Avenidas Novas
32	Campolide	Campolide
33	Rua Augusto Gil (Av. de Roma)	Avenidas Novas
34	Hotel em Lisboa	<u>Sem informação</u>
35	Príncipe Real	Misericórdia
36	Latino Coelho	Avenidas Novas
37	Av. ^a 5 de Outubro	Avenidas Novas
38	Telheiras	Camide
39	Casa do cliente ou hotel - Lisboa	<u>Sem informação</u>

Fonte: Elaboração própria