

Putá Comunicação: Projeto de Comunicação Integrada para o Grupo de Mulheres Prostitutas do Estado do Pará¹

George Luiz Miranda da SILVA²

Ádria Souza Ramos de AZEVEDO; Jobson Murilo Barbosa MARINHO; Lorena Emanuele da Silva SANTOS³

Diogo MIRANDA, Guilherme GUERREIRO NETO; Rosane Albino STEINBRENNER⁴
Universidade Federal do Pará – UFPA

RESUMO

Com o objetivo de colocar em prática as técnicas e teorias aprendidas ao longo de seis semestres do curso de Comunicação Social e possibilitar um retorno à sociedade do conhecimento adquirido na academia, os estudantes da Faculdade de Comunicação (Facom), da Universidade Federal do Pará (UFPA), selecionaram, depois de amplo debate, o Grupo de Mulheres Prostitutas do Estado do Pará (Gempac) como instituição-cliente para o Laboratório de Comunicação Institucional. De março a novembro de 2015, a turma prestou uma série de atendimentos ao Grupo, incluindo a renovação da identidade visual e a produção de conteúdo multimídia para o blog e redes sociais da entidade. O projeto de comunicação integrada do Gempac contemplou os módulos de rádio, *web*, televisão, impresso, além de assessoria de imprensa e consultoria de imagem.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Integrada; Organização Não-Governamental; Gempac; Prostituição; Amazônia.

INTRODUÇÃO

Este trabalho foi desenvolvido no Laboratório de Comunicação Institucional, da Faculdade de Comunicação (Facom), da Universidade Federal do Pará (UFPA). A disciplina tem o objetivo de colocar em prática todas as áreas de atuação nas habilitações em Jornalismo e Publicidade e Propaganda aprendidas ao longo do curso: impresso, rádio, TV, assessoria de imprensa e *web*. Para que o trabalho desenvolvido se aproxime ao máximo da realidade no mercado profissional e também para que o curso ofereça retorno à

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Projeto de Comunicação Integrada (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º Semestre do Curso Comunicação Social – habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mail: georgeluzjornalismo@gmail.com.

³ Alunos de Comunicação Social, com Habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal do Pará. E-mails, respectivamente: adriaazevedo@gmail.com, jobsonmurilo@hotmail.com; lore.emanuele@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professores do Curso de Comunicação Social, da Faculdade de Comunicação (Facom), da Universidade Federal do Pará (UFPA). E-mails, respectivamente: diogo.sm2@gmail.com; neto.guerreiro@gmail.com; nani.steinbrenner@gmail.com.

sociedade, escolheu-se, depois de várias reflexões, uma instituição-cliente para colocar em prática o desenvolvimento de um Projeto de Comunicação Integrada.

Nas discussões, o Grupo de Mulheres Prostitutas do Estado do Pará (Gempac) foi apontado como grande oportunidade de aprendizado para os discentes, não só pela obviedade de precisar de um plano estratégico de comunicação, mas também por estar ligado ao respeito aos direitos humanos, imprescindível em um curso de Comunicação Social. Apesar de ter sido fundado em 1º de maio de 1990, o Grupo já se articulava desde 1987 na luta pela superação dos preconceitos, redução da discriminação, valorização da identidade da mulher e trabalhadora do sexo, além do fortalecimento das ações de enfrentamento à exploração sexual de crianças e adolescentes, combate ao tráfico de seres humanos e prevenção das Doenças Sexualmente Transmissíveis (DSTs).

Em mais de 26 anos de atuação, o Gempac construiu histórico de luta para garantir que as trabalhadoras do sexo tenham seus direitos e deveres profissionais reconhecidos e seu trabalho respeitado. No entanto, foram identificadas dificuldades de comunicação por conta da falta de recursos humanos capacitados para alavancar o alcance de suas ações, tanto em âmbito interno, com as demais prostitutas, quanto no âmbito externo, com a sociedade em geral.

Depois do mapeamento das necessidades do Grupo, a turma do Laboratório e o Gempac formaram uma parceria, que somou forças junto à atuação do cliente e proporcionou uma “puta” experiência aos estudantes. Foram pensados produtos e ações de comunicação que pudessem suprir os anseios do Gempac e que servissem de experiência profissional enriquecedora aos estudantes.

OBJETIVOS

Com o projeto de comunicação integrada do Gempac, pretendeu-se organizar e sistematizar a comunicação do Grupo, visando melhorar o relacionamento com a imprensa e alavancar o alcance nas mídias digitais da entidade.

Ademais, os objetivos do trabalho eram: **a)** Afirmar a prostituição como uma profissão legítima e a prostituta como cidadã e mulher de direitos; **b)** Estimular os membros da organização e integrantes da classe a acreditarem no movimento e na conquista de seus direitos profissionais; **c)** Engajar possíveis parceiros e formadores de opinião da validade e necessidade da luta do Gempac; **d)** Esclarecer a população em geral sobre a existência, os objetivos e os valores da organização; **e)** Incentivar que as integrantes do Gempac

continuem executando o plano de comunicação criado durante a disciplina, mesmo depois do término do Laboratório.

JUSTIFICATIVA

O Gempac tem reconhecimento estadual, nacional e internacional de suas atividades e é referência na luta pelos direitos das mulheres prostitutas. No entanto, como é uma organização independente, necessita de atuação em comunicação, para que suas ações alcancem um maior número de pessoas. Para que este trabalho tenha visibilidade, tanto pelo grupo social das prostitutas, quanto pelas demais comunidades, há a necessidade de desenvolver um plano de ações em comunicação, fortalecendo o seu relacionamento interno e aumentando o alcance de suas atividades, tanto ao público interno quanto externo.

Em mapeamento feito pelos estudantes, foram diagnosticadas as principais dificuldades enfrentadas pelo Grupo do ponto de vista da comunicação. Falta de equipamentos (câmeras, notebooks etc), diálogo ineficiente entre o público interno (diretoria, voluntários e estagiários) e o público externo (imprensa, sociedade e demais prostitutas). Assim, as ações propostas ao grupo surgiram a partir da identificação dos principais anseios e dificuldades da organização, porque:

Não basta pautar-se por ações isoladas de comunicação, centradas no planejamento tático, para resolver questões, gerenciar crises e gerir veículos comunicacionais, sem uma conexão com a análise ambiental e as necessidades do público, de forma permanente e estrategicamente pensada. (KUNSCH, 2004 p. 245).

Com o plano de comunicação integrada, as chances de o Gempac melhorar seu relacionamento com seus públicos e otimizar as ações da entidade aumentam consideravelmente, pois a comunicação é parte estratégica em qualquer organização, seja governamental ou não governamental.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O primeiro encaminhamento prático do Laboratório foi refazer a identidade visual do Gempac, que seria utilizada nos demais produtos também. A antiga marca era a união de vários símbolos que estão fortemente ligados aos ideais do Gempac, como a fita de luta contra a AIDS e a representação feminina.

A nova proposta de ID, no entanto, surge com outras maneiras de se trabalhar esses conceitos. A forma da marca mudou, passando para um símbolo, que transpassa certa sensibilidade e leveza e que é envolvido por um aro que representa abrigo e proteção, palavras-chave do Gempac. Esses conceitos são reforçados pela cor vermelha e suas variações que são associadas à feminilidade, à força e às lutas sociais. Também buscou-se representar o Gempac através de um símbolo local, o batom, que sempre é usado no chamado “beijaço”, um momento de confraternização social que acontece nos eventos do Grupo. O batom está pronto para ser usado, disponível para que qualquer um o use e se insira no grupo para fortalecer a luta pela igualdade de direitos das prostitutas.



Imagem 1. ID antiga.



Imagem 2. ID atual.

Depois da mudança do logo, a turma foi dividida em duas partes. Cada equipe ficou responsável por dois módulos, tendo de escolher entre Rádio e TV e entre Impresso e *Web*. Apesar da divisão, as reuniões de discussão eram conjuntas e abertas, com uma equipe podendo opinar e ajudar o trabalho da outra, sempre socializando as dificuldades e os resultados alcançados no decorrer do trabalho. Ficou decidido, em comum acordo, que todos os canais de comunicação utilizados precisavam ser gratuitos e de fácil manuseio, para permitir a continuidade do uso das ferramentas depois do Laboratório.

Para a produção de vídeos e fotos, utilizou-se uma câmera profissional convencional da marca Sony, do modelo HDR-XR550, de propriedade dos próprios alunos. Os offs foram gravados com auxílio da Rádio Web UFPA e em aparelhos de celular dos estudantes. A edição de vídeo e áudio foi toda feita no programa Adobe Premier. As artes foram produzidas no programa Adobe Illustrator.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Módulo de Rádio – A equipe do Laboratório utilizou o módulo de rádio para gravar um programa intitulado UFPA Debate, que reuniu especialistas para discutir a Regulamentação da Prostituição, com foco no projeto de lei número 4.211 de 2012, de autoria do deputado federal Jean Wyllys, que pretende regulamentar a atividade das profissionais do sexo, garantindo direitos e dignidade. O assunto foi debatido por Leila Barreto, representante do Gempac; Camila Kulkamp, membro da Comissão de Direitos Humanos da OAB Pará; e José Dias Júnior, professor doutor de História da UFPA e pesquisador da prostituição.

Ainda no módulo de rádio, foram produzidos cinco spots com temas relacionados às linhas de frente do Gempac: Dia Internacional da Mulher Livre, regulamentação do trabalho da prostituta, tráfico de seres humanos, violência contra a mulher e exploração sexual e comercial de crianças e adolescentes. Todos os spots foram publicados no SoundCloud e programados para divulgação futura na *fanpage*, além de estarem inseridos no intervalo do programa UFPA Debate, também produto desse módulo.

Módulo de web – Nesse módulo, o Projeto de Comunicação Integrada do Gempac previa a reconfiguração, atualização e produção de conteúdo para o Blog das Esquinas (<https://blogdasesquinas.wordpress.com>), um espaço já existente, criado em 2012, pelo próprio Gempac e seus parceiros.



Imagem 3. Página inicial do Blog das Esquinas.

Para isso, foi realizada uma análise do blog, ouvindo as demandas do cliente para essa plataforma. Em relação à produção de conteúdo, a maior parte do que foi proposto no projeto foi realizado, com a divulgação de releases das ações e matérias de coberturas dos eventos realizados pelo Gempac ou que contaram com a participação dele.

Outra subdivisão do módulo *web* foi a página do *Facebook*, que divulga as atividades do Grupo, seja em posts ou com a criação de eventos nessa plataforma. A linguagem do Gempac no *Facebook* é leve, descontraída, permitindo o uso de gírias e linguagem coloquial, mas sempre comprometida com o propósito do grupo. Em média, 600 pessoas eram alcançadas pelas postagens do Gempac no Facebook.

O grande desafio no Facebook era gerenciar comentários pejorativos e responder questionamentos sobre agenda e valores de programas sexuais. Percebia-se, em alguns momentos, que a página era vista por algumas pessoas apenas como um contato sexual imediato, não correspondendo com o objetivo da página, que seria o suporte comunicacional do Grupo na internet. No entanto, apesar desse desafio, a presença do Gempac nas mídias digitais é de suma importância, porque:

Os movimentos sociais no século XXI, ações coletivas deliberadas que visam a transformação de valores e instituições da sociedade, manifestam-se na e pela internet. (CASTELLS, 2003. p. 114).

No *Youtube*, a equipe adotou a metodologia de divulgação de acontecimentos factuais, para registro e exposição ao público de como funcionam as atividades no Grupo de Mulheres Prostitutas do Pará. Para isso, a primeira ação foi criar o Youtube do Gempac, utilizando login e senha da conta do e-mail blogdasesquinas@gmail.com.

O *Youtube* é, segundo Grosman, uma ferramenta de comunicação bastante interessante por permitir aos membros da instituição “mostrar realmente o que a empresa é”. Ele diz:

“Nela [no Youtube] eles podem criar vídeos que mostrem suas empresas, seu pessoal e, principalmente seus produtos, de forma simples, rápida e eficiente. Depois é só escolher a forma de distribuir isso a seus potenciais compradores onde quer que estes estejam”. (GROSMAN, 2009)

No dia a dia dos trabalhos, foi possível contatar a importância de usar o Youtube como plataforma de hospedagem e divulgação de conteúdo. O alcance é rápido e fácil.

Módulo de Televisão - Na produção audiovisual voltada para TV, a equipe de estudantes responsáveis pelo módulo planejou e executou dois produtos: uma reportagem sobre a campanha “Amigos do Gempac” e o vídeo institucional de apresentação do Grupo e uma série com três vídeos curtos baseados na oficina do palavrão, que discute as palavras ‘Camisinha’, ‘Homem e Mulher’ e ‘Putá’.

Durante o lançamento da campanha “Amigos do Gempac”, os estudantes fizeram uma reportagem audiovisual sobre a campanha e divulgaram nas mídias digitais do grupo. O trabalho apresenta representantes do Gempac falando sobre a importância da campanha e mostra pessoas da sociedade civil que aderiram ao movimento.

Já o produto “Oficina do Palavrão” foi baseado no artigo ‘Gênero, o que é isso?’, escrito pela professora de psicologia da UFPA Maria Eunice Guedes, em 1995. O trabalho busca entender o que é gênero a partir de uma crítica dos conceitos de homem e mulher no dicionário, em que os conceitos ligados ao homem são predominantemente positivos, enquanto os conceitos ligados à mulher são, na maioria, reducionistas, como ‘o único ser capaz de gerar filhos’, ou xingamentos, como ‘mulher da vida’, ‘mulher da rua’ e ‘mulher do amor’. Em cada vídeo, há enquete sobre o que as pessoas acham de cada palavra discutida e uma representante do Gempac falando o que essa palavra significa para a entidade. Nas gravações, usou-se um dicionário Aurélio de 2009 e chegou-se às mesmas conclusões do dicionário utilizado no estudo, de 1986. Ou seja, mais de vinte anos se passaram e ainda há muito que mudar na sociedade em relação ao tratamento dado aos homens e ao tratamento dado às mulheres no dicionário pesquisado.

No vídeo institucional, buscou-se mostrar as diferentes vertentes desta mulher, que além de ser prostituta, também é mãe, irmã, estudante etc. Buscou-se, também, mostrar o valor da prostituição enquanto profissão, que deve ser respeitada, reconhecida e protegida pelo Estado e por leis específicas.



Imagem 4. Print do vídeo institucional do Grupo.

Para representar a classe e sua luta, os estudantes escolheram entrevistar a fundadora da instituição, Lourdes Barreto, para falar sobre as ações e valores do Gempac. Para mostrar a rotina das prostitutas, os estudantes escolheram utilizar uma atriz e as cenas foram gravadas em ambiente real para dar veracidade ao vídeo institucional. O objetivo deste trabalho é

divulgar a atuação do Gempac em diferentes plataformas e lutas, esclarecendo a população sobre os valores e as missões da entidade.

Módulo de impresso – Neste módulo foram apresentadas duas propostas de produtos para o Gempac: o cartão de visita e as ventarolas. O cartão de visita foi finalizado em três versões, que ficam à escolha do cliente.

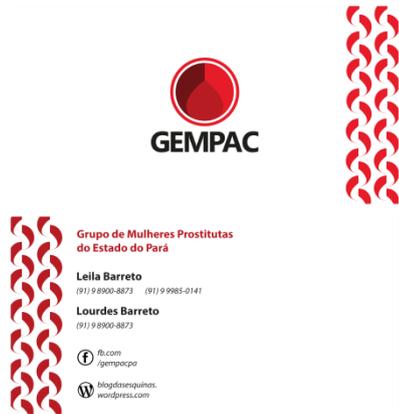


Imagem 5. Cartão de visita.



Imagem 6. Ventarola.

As ventarolas foram desenvolvidas para temáticas em que o Gempac atua, seja no sentido de combater, como a exploração sexual e comercial de crianças e adolescentes, o tráfico de seres humanos e a violência contra a mulher, bem como aquele que ele defende, como o Dia Internacional da Mulher Livre, além de um formato com informações sobre o próprio cliente. As frentes possuem uma unidade visual composta pelo logo do grupo vazado dentro de um círculo, sobre um fundo colorido do desenho de um leque com uma estampa floral diferente em cada uma, com tons dentro de variação do vermelho, tais como rosa, roxo, lilás, pois também trazem o conceito de feminilidade e sensualidade.

As estampas florais também foram produzidas pelo significado delicado e feminino que fazem parte da identidade do Gempac. Nos versos há uma ilustração tipográfica do nome do cliente - no caso do leque Gempac, e ilustrações em aquarela de situações relacionadas a cada tema, assim como frases de efeito e conscientização, no caso dos quatro leques restantes.

No módulo de impresso também houve a produção de releases e notas sobre eventos realizados pelo Gempac para divulgação junto à imprensa do estado do Pará. Os eventos do Grupo foram pautadas pelas TVs RBA e Cultura, pelos portais ORM News e Diário Online, além os jornais impressos Amazônia, O Liberal e Diário do Pará. Em assessoria de imprensa, além dos releases enviados para a imprensa paraense, a equipe conseguiu fazer

um Clipping do Gempac através de pesquisas no servidor de buscas Google (www.google.com), reunindo, assim, cerca de 30 publicações a respeito do grupo durante o primeiro módulo do Laboratório.

Aplicativo Whatsapp – O mapeamento apontou que as integrantes do Gempac se comunicam bastante pelo celular. Por conta disso, trabalhou-se também com conteúdos para serem veiculados pelo Whatsapp, aplicativo de mensagens instantâneas. A turma produziu podcasts e artes específicas para o WhatsApp sobre temas variados, seja do próprio Gempac ou de interesse da organização.

CONSIDERAÇÕES

O resultado do plano de comunicação elaborado para o Gempac posicionou e divulgou a organização não governamental nas quatro mídias diferentes, alcançando o público externo e o interno. Resultado evidente disso é o crescimento no número de seguidores na *fanpage* do grupo no *Facebook*.

O trabalho feito pela equipe de discentes do curso de jornalismo 2012, da UFPA, iniciou a coordenação e implementação da instituição nas mídias por meio de ações claras e efetivas que buscaram divulgar o Gempac com mais eficácia e estratégia.

Esta presença, no entanto, fará com que o grupo possa ter maior visibilidade na sociedade civil, principalmente na luta pelo reconhecimento do trabalho da prostituição e pela garantia dos direitos humanos, além de permitir que a sociedade conheça melhor o grupo e crie e construa possíveis parcerias.

As ações desenvolvidas ao longo do semestre fortalecem o grupo diante da sociedade, e faz com que as integrantes da organização possam dar continuidade ao trabalho de divulgação, expondo as dificuldades que as prostitutas ainda enfrentam na luta pela regulamentação da profissão e pela afirmação da identidade de classes.

Para o Gempac, o Projeto de Comunicação Integrada gerou como resultado uma melhor representação do Grupo na Sociedade e na mídia paraense, pois as peças utilizam como personagens as próprias integrantes da organização.

Para os estudantes, a oportunidade de trabalhar com o Gempac foi uma “Putá” experiência em comunicação organizacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

GROSMAN, Roberto. **Youtube**: crescimento como ferramenta de busca. Cada vez mais as pessoas usam o Youtube para fazer suas buscas e só recorrem ao Google quando não encontram resultados satisfatórios. Global 21. São Paulo 28 de abril 2009. Disponível em:[http://www.global21.com.br/entrevistas/entrevista.asp? cod=332](http://www.global21.com.br/entrevistas/entrevista.asp?cod=332)>. Acesso em:02 de outubro de 2009.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed. rev. amp. atualizada. São Paulo: Summus, 2004.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In.: MOUILLAUD, M & PORTO, S.D. **O Jornal da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.