



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

## DASPU – DA GRIFE À MUDANÇA CULTURAL

Monique da Silva de Abreu

UniverCidade

UNISUAM

monique\_abreu@yahoo.com.br

Quando o Estado se tornou insuficiente para atender às necessidades coletivas, ou seja, quando a sociedade começou a questionar esta ausência e passou a se organizar com este fim, o chamado Terceiro Setor ganhou força.

Costuma-se afirmar que o Primeiro Setor corresponde à atuação do Estado-setor público; o Segundo-Setor, ao mercado – setor privado; e o Terceiro Setor, as entidades de natureza privada especialmente criadas para atuar em iniciativas que possuam a finalidade de favorecer a coletividade, sem visar lucros. (PESTANA, 2008, p. 91)

O mesmo autor ainda observa que o Terceiro Setor é uma área de atuação híbrida entre o público e o privado em que a Administração Pública e o setor privado possam suprir conjuntamente as deficiências do Estado contribuindo com o bem estar coletivo. Ele é formado por organizações privadas que assumem a responsabilidade de realizar interesses coletivos em nome da proteção de valores comuns. Ou seja, o interesse coletivo prevalece sobre o individual. Esse é o foco da sociedade civil organizada.

Neste sentido é que as Organizações Não Governamentais (ONG's) e as Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP's), que a partir de agora serão referidas no texto pela sigla, ao assumirem as funções estatais contribuem na busca do interesse coletivo, na solução de problemas sociais.

Para se alcançar o desenvolvimento local sustentável, deve-se portanto, incrementar as capacidades, competências e habilidades da população local, torná-la capaz de gerar idéias, iniciar e gerenciar seus próprios empreendimentos, aproximar o governo local da comunidade e demais parceiros e criar novos desafios. (DORNELAS, 2005, p.58)



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

E neste sentido, nasceu a ONG DAVIDA – Prostituição, Direitos Civis, Saúde, de 1992 que investe na área cultural em busca de integração social e visibilidade. Criou a peça teatral “Cabaré DAVIDA”, que com bom humor, ressalta a importância da prevenção da AIDS, o jornal “Beijo da rua”, que trata de temas ligados à prostituição que é distribuído para as prostitutas, o bloco de carnaval “Prazeres DAVIDA”, que desfila no Centro do Rio, durante o carnaval carioca, “Mulheres Seresteiras”, onde as prostitutas têm aula de canto e se apresentam em eventos, um projeto cultural que inclui informações sobre a prevenção de doenças sexualmente transmissíveis. E ainda, participa de encontros sobre direitos humanos, cidadania e saúde.

A ONG DAVIDA busca desenvolver projetos de promoção da cidadania e inclusão social, além do reconhecimento profissional com todos os direitos envolvidos nesta relação. Afinal, já na época do Império e da República, de acordo com Caufield, (2000, p.123-130) as propostas para um controle sistemático da prostituição, apresentadas pelos médicos, oficiais de polícia e outros cidadãos, eram rejeitadas pelos legisladores, pois algo que era considerado um vício capaz de abalar as bases morais da sociedade e da família não deveria ser reconhecido pelo governo. Aliado a este fator, segundo SIMÕES (2009, p.5), o termo “profissão” no século XIX, estava atrelado a determinadas atividades e tarefas socialmente reconhecidas como moral e eticamente corretas, talvez este entendimento também possa influenciar na dificuldade hoje existente para a legalização da atividade. Caufield (2000, p.123) destaca ainda o fato de alguns associarem a prostituição a uma escolha triste, por falta de oportunidade. Esta ideia afasta a prostituta da imagem de confiança, respeito e estima, tornando-se desacreditada em função do estereótipo. Neste sentido, a falta de liberdade de escolha do exercício da profissão, o que é garantido constitucionalmente (*art. 5º XIII – é livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer*), contribui para a descaracterização do conceito de **profissional**. É fundamental esclarecer a possibilidade de escolha pela prostituição, para poder se exigir a garantia de direitos trabalhistas e previdenciários.

Interessante destacar que apesar de toda esta contradição até agora exposta, hoje no Brasil, ser garota de programa não é ilegal, a prostituição não é crime nem contravenção, mas é crime ganhar dinheiro através da prostituição de terceiros. Este



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

cenário é contraditório do momento em que a atividade não é ilegal, mas também não é legal, já que não é reconhecida.

A prostituta não está enquadrada no Código Penal Brasileiro. No entanto, é uma das atividades que mais sofrem preconceito e repressão policial. O que é considerado criminoso no Brasil é o explorador sexual, ou seja, o cafetão, dito protetor, ou a cafetina, a dona da casa. Se um grupo de prostitutas formar uma cooperativa, automaticamente ele será enquadrado no Código Penal, e elas passam a ser consideradas fora-da-lei. Mas em tese, quando a prostituta exerce o seu trabalho, nada se pode fazer contra ela. Em tese.

O Código Penal Brasileiro é muito antigo, de 1940 para cá não sofreu modificações substanciais e os artigos referentes à prostituição foram feitos para proteger a puta. No entanto, infelizmente, ele teve o efeito contrário ao desejado. A prostituta acabou no meio da total marginalidade porque aqueles que a cercam são considerados criminosos e, de alguma forma, transferem essa condição a ela. A cafetina, mesmo do mais baixo meretrício, gasta altas somas com corrupção, paga todas as suas despesas e ainda ganha muito dinheiro (...) (LEITE, 2008, p.61).

Segundo Simões (2009, p. 3), reconhecer a prostituição como uma ‘ocupação legal’ tornou-se um dos principais objetivos das associações de prostitutas, no Brasil e em outros países.

Seguindo este raciocínio, da ONG DAVIDA surgiu a DASPU, uma marca que produz moda, cuja renda é revertida na concretização dos objetivos da ONG.

“A DASPU é diferente, por uma questão primordial: o discurso político da DAVIDA (...) A DASPU é um projeto da DAVIDA, cujo objetivo é gerar recursos para investir em projetos sócio-culturais da organização”.(YACCOUB, 2009, p.5)

Desta forma, projetando os objetivos da ONG na grife, esta se tornou um verdadeiro negócio, que se destacou na mídia muito mais do que a própria ONG. E por consequência, consegue angariar recursos para o desenvolvimento de seus projetos.

DASPU inicialmente foi um projeto pensado por DAVIDA a fim de promover visibilidade e gerar recursos financeiros também para os projetos sociais e culturais DAVIDA. No entanto, ao longo destes anos, ganhou



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

visibilidade maior do que os outros projetos e, por vezes, aparece mais que DAVIDA. (ANDRADE, 2009, p.122)

No aspecto abordado por Dornellas (2005, p. 21), a evolução da vida em sociedade corre paralelamente com a necessidade do surgimento de novas ideias, capazes de gerar não apenas o desenvolvimento de competências e habilidades, como também a própria geração de riquezas no país. E por trás destas novas idéias, estão pessoas ou grupos empenhados em conquistar um espaço significativo, seja qual for o objetivo desta jornada.

O mundo tem passado por várias transformações em curtos períodos de tempo, principalmente no século XX, quando foi criada a maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Geralmente, essas invenções são frutos de inovação, de algo inédito ou de uma nova visão de como utilizar coisas já existentes, mas que ninguém antes ousou olhar de outra maneira. Por trás dessas invenções, existem pessoas ou equipes de pessoas com características especiais que são visionárias, questionam, arriscam, querem algo diferente, fazem acontecer e empreendem. Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado. (DORNELLAS, 2005 p. 21)

O conceito de empreendedorismo, no entanto, parece ter ido além do mundo dos negócios. O jornalismo registra a atitude empreendedora na mudança do estilo de vida ou na inserção no mundo do trabalho de forma distinta da tradicional representada pelo emprego formal. Fala-se do empreendedorismo social ou cooperativo aparentemente destinado a camadas sociais excluídas do mercado, com direitos reduzidos e rendas que não permitem um adequado padrão de vida. A ampliação permite pensar a DAVIDA, e, sobretudo a sua principal dirigente, como uma atividade empreendedora social que tenciona o reconhecimento e melhora nas condições de atuação e trabalho em uma atividade no campo dos serviços de demanda tradicional e ainda significativa (sexualidade, turismo sexual, fantasias sexuais entre outras).



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

O empreendedorismo social está atrelado a uma idéia inovadora a ser desenvolvida e aplicada em sociedade. O empreendedor social busca provocar mudanças visando melhorias sociais.

De acordo com as lições de Melo Neto e Froes (2002, p.4), a ideia de empreendedorismo social está intimamente ligada à necessidade de criação de desenvolvimento humano, social e sustentável, com foco no indivíduo, resgatando sua cidadania, seu valor e sua capacidade para inovar, transformar e empreender, com base nos valores da cooperação entre governo local, empresas ou organizações sociais.

O empreendedorismo social se caracteriza por produzir bens e serviços para solucionar problemas sociais, sendo direcionado para segmentos da população em situações de risco social, tais como as pessoas sujeitas a exclusão social, pobreza, risco de vida, dentre outros.

Sendo assim, o empreendimento social é uma forma de unir e organizar atores sociais em torno de uma iniciativa que, ao mesmo tempo que gera desenvolvimento, estimula a participação e a coesão. O impacto social gerado por essas iniciativas traz benefícios para a comunidade e provoca mudanças significativas no sistema atual.

Segundo os autores Melo Neto e Froes (2002, p.4-5) este fim será alcançado com educação, ambiental e cívica, transformadora, que valoriza um novo tipo de comportamento, centrado em valores de auto-estima, autonomia e senso comum, por meio de ações institucionais capazes de qualificar, mobilizar e conscientizar a população.

E com esta visão, atrelada aos conceitos e características até agora expostos, nasceu a DASPU. Produzir roupas, produzir moda, algo que de início parece comum, mas com um toque diferenciado. É uma moda alternativa, irreverente, produzida por um grupo estigmatizado, que ao contrário do que se pensa, pode servir como fomentador de um negócio lucrativo.

Era 16 de dezembro de 2005, rua de batalha Imperatriz Leopoldina, Praça Tiradentes, centro histórico e boêmio do Rio. Com o apoio de artistas e um empresário da noite, assistidas por outros profissionais e apreciadas por gente de toda parte, profissão e origem, seis prostitutas da ONG DAVIDA e uma convidada autônoma lançavam a grife DASPU. Concebida em julho e descoberta em novembro, a iniciativa pretendia, pela moda, sacanear o



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

estereótipo de puta, dar visibilidade aos desafios e conquistas do movimento organizado da categoria, destruir o preconceito e a carece e, claro, vender roupas para gerar recursos. Um negócio social (LENZ, 2008, p. 19)

Segundo Flávio Lenz, (2008, p.19) foi este o primeiro desfile público da DASPU, e desde então, os desfiles se multiplicaram em diferentes cenários, ligados a prostituição ou não, também em diferentes estados, com modelos prostitutas e não prostitutas, sendo amplamente divulgados e cobertos pela mídia. Desfiles em zonas de prostituição e centros culturais, o objetivo é gerar visibilidade e conhecimento da marca e a consequente comercialização dos produtos.

Foi numa noite de festa em comemoração aos 13 anos da ONG, que as idéias sobre a confecção e seu nome foram concretizadas. Nesta época a história da DASLU – grife da elite brasileira, que foi acusada de sonegação fiscal após a tentativa frustrada de tentar impedir, o suposto “plágio” - estava muito presente na mídia, e seu nome foi sugerido pelo *designer* que prestava serviços à ONG.

Neste momento, houve a aplicação de três fatores fundamentais, segundo Timmons (1994), citado por Melo Neto e Froes (2002, p. 45): a identificação da oportunidade, a formação da equipe e a análise dos recursos necessários. Percebe-se, neste momento, o empreendedorismo oportunidade, segundo Melo Neto e Froes (2002, p. 28) em que o empreendedor visionário sabe aonde quer chegar, tem em mente o crescimento que quer buscar para a empresa e visa a geração de lucros, empregos e riqueza. Está totalmente ligado ao desenvolvimento econômico. “O que importa é como o empreendedor utiliza a sua idéia, inédita ou não, de forma a transformá-la em um produto ou serviço que faça a sua empresa crescer. As oportunidades é que geralmente são únicas”.( MELO NETO E FROES, 2002, p. 54) E essas idéias são estimuladas a cada dia, com o acréscimo de novas informações, com mentes abertas para novas experiências e novas oportunidades dentro da própria DASPU. Idéias que são implementadas não apenas pela sociedade, mas por todo grupo em reuniões, observando tudo e todos, de forma dinâmica.

Em poucos dias a DASPU virou notícia, conquistando espaço em vários veículos de comunicação.

Todo esse sucesso imediato apresentava um outro lado preocupante: a recém criada DASPU precisava produzir, e rápido, para atender a todas as solicitações. Eram



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

jornalistas ávidos por informações e a necessidade de criação, produção e atendimento a clientes na sede da ONG, pelo *site*, e em futuros eventos.

No entanto, diante do repentino acontecimento, a DASPU não possuía a infraestrutura e a experiência necessárias (...) além de não existir uma equipe especializada, com estrutura profissional de gestão do empreendimento. (LENZ, 2008, p.21)

Talvez no seio das dificuldades de crescimento, enquanto empresa, a DASPU começou a redefinir seus objetivos e estratégias. Objetivos típicos de produção e comercialização passariam a ter menos importância que os efeitos de identidade e de resignificação que a marca com seu impacto mediático permitiria. A DASPU parecia estar dizendo: “Aqui estamos, as prostitutas. Nós temos uma visão do que queremos expressar no campo da moda e reivindicamos um lugar social distinto daquele presente na regulamentação da profissão que provoca o “confinamento” espacial e também distinto da mera eliminação da profissão mediante a proibição ou o resgate de um modo de vida considerado indigno, pecaminoso e degradante. Temos que modificar essas representações para que se chegue a aceitar nossa profissão e seu modo de vida como legítima e que suas condições de exercício sejam modificadas para permitir segurança e realização individual no campo escolhido.”

A vontade de expressar a categoria sempre aparece como mais importante que a avaliação do mercado e suas possibilidades, o objetivo da mudança cultural na apreciação da prostituição leva a discordâncias e supera o valor do negócio entendido como adequação entre produto e mercado e, até, entre despesa e receita.

Assim, mesmo sendo uma atividade que produz bens e serviços também direcionados para um segmento da população formado por pessoas sujeitas a exclusão social e, apesar do estigma, a DASPU vem conquistando espaços, não apenas no âmbito nacional. Até hoje, alguns anos após a sua criação, a DASPU continua se apresentando com novas coleções em desfiles, encontros, programas de televisão, dentre outros. Existe até mesmo um vestido de noiva, feito com lençóis de motel, que já percorreu vários países e ganhou status de objeto de arte, ao qual a principal dirigente da organização, Gabriela Leite, se refere com muito orgulho.

Tudo isso contribui para o desenvolvimento humano, social e sustentável ao resgatar sua própria cidadania e sua capacidade para empreender.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

No entanto, além da visibilidade, percebemos que em algum momento a DASPU procurou o desenvolvimento de novos produtos como estratégia para geração de renda. Mas para cumprir este objetivo, se faz necessário um sistema de distribuição e marketing mais afinado com as realidades comerciais brasileiras. Assim, algumas universidades tentaram ajudar a DASPU nesta questão, principalmente através da criação de um plano de negócios a ser seguido pela DASPU, como por exemplo, o elaborado por alunos da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), cuja sigla será utilizada adiante, em 2009. Contudo, ele nunca foi implementado em sua totalidade.

Neste sentido, para atingir estes objetivos, é necessário observar o processo de inclusão social da DASPU como empresa e como projeto de empreendedorismo social, dentro do contexto das leis e preconceitos que atualmente condicionam a posição social, econômica e política das trabalhadoras sexuais. Um empreendedorismo mais preocupado em redefinir e agregar valor à prostituição do que com a contratação de prostitutas para trabalharem na produção e comercialização, mais preocupada em gerar novos significados do que novos produtos ou apenas tomando os produtos como mediadores para os novos significados.

Os trabalhos desenvolvidos pela DASPU, junto às trabalhadoras do sexo, ou seja, que envolvem não só a sociedade, mas as pessoas atendidas pela organização, seguindo os preceitos da pesquisa-ação, devem servir para ajudar a organização dessas enquanto uma classe, providenciando assim, a base política necessária para a reorganização do trabalho sexual em nossa cidade seguindo linhas mais modernas que respeitem os direitos de cidadania das trabalhadoras e que garantam sua capacitação política, social e profissional, ou seja, uma ação inovadora com foco na área social, capaz de provocar mudanças e melhorias sociais.

Se a DASPU pretendia ser uma plataforma de expressão de uma categoria, de mudança cultural e de intervenção política, a articulação e expressão de seu universo simbólico, o reconhecimento mediático era muito mais significativo que a realização de um plano de negócios. Em outras palavras, o plano de negócio elaborado expressava os lugares comuns e repetidos em relação ao desenvolvimento de uma empresa. A DAVIDA-DASPU estava, entretanto, em outro “negócio” muito mais próximo da mudança cultural e, portanto, da política no espaço público do que de taxas de



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)Igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

rentabilidade e lucratividade. Sob este novo ponto de vista, o negócio apenas teria que funcionar para se tornar uma plataforma de mudança cultural e intervenção política.

A marca, portanto, tem impacto a partir de interações entre circuitos ou redes de relações que apresentam pontos de contato e, sobretudo, pela conexão da proposta com climas culturais presentes na mídia: o valor do curioso ou interessante, da novidade ou diferente. Uma quota significativa de “espontaneidade”, de não planejamento, sela o nascimento da marca. Acreditamos que este evento com sua interpretação é significativo, pois cria, nos protagonistas da DAVIDA/DASPU, um sentimento de aposta na espontaneidade e na criatividade talvez contrária a uma atitude calculada e planejada para gerir o negócio.

Afinal, diante de uma grife paulistana voltada para alta sociedade, surgia uma grife voltada para as prostitutas. Estas que, muitas vezes, são atreladas a conceitos inferiores, como promiscuidade, pobreza e drogas estariam ganhando uma força de expressão, e todos queriam saber quem eram as prostitutas que criavam a confecção que produzia roupas de trabalho, como noticiado por Elio Gaspari. O jornalismo caminhava alegremente de DASLU a DASPU; da grife para a classe alta e das prostitutas para uma grife para todos. O percurso era atraente e fantástico para os jornalistas que, por tradição, circulam por ambos os ambientes.

Assim, apesar de destacar a importância da mídia, que conta com apoio de artistas, formadores de opinião, há muitas fraquezas, tais como a falta de clareza na estrutura e planejamento, falta de uma equipe de vendas, ausência de loja própria, desfiles esporádicos, público alvo indefinido, dentre outros. O caso, então, é de bom impacto mediático e pouca concreção no plano da gestão empresarial ou de negócio.

Assim, percebemos que a DASPU como negócio, pode até ter suas falhas, mas o mais importante é a visibilidade que ela dá aos objetivos da ONG. Isso é percebido, por exemplo, quando na Praça Tiradentes, local de prostituição, ocorre um desfile de uma grife de prostitutas, capaz de provocar a necessidade de se repensar valores.

## CONCLUSÃO

Existiram ao longo da história diferentes representações sociais da prostituição e houve também diferenças significativas em termos de tratamento legal. Um momento



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina

importante foi considerá-la, sob a influência do higienismo, como um grande mal para a saúde além da tradicional visão do mal moral. As formas repressivas também foram variadas. Contudo, no caso do Brasil a força da lei atuou sobre aqueles que incentivassem a prostituição, como por exemplo, quem abrigasse mais de uma prostituta em sua pensão, esta seria considerada um bordel, e o proprietário seria processado. Desde esta época percebemos que a penalização não era para a prostituta, afinal sua conduta, até hoje é atípica, ao contrário, são penalizados aqueles que incentivam a atividade de alguma forma, que cometem crimes contra a dignidade sexual, inserindo a prostituição como espécie do gênero exploração sexual. O que nos parece contraditório é que apesar de não ser uma atividade ilegal, também não é legal, visto que seus direitos como profissionais não são legalmente reconhecidos. Há, então, certa “ilegalidade” na legalidade ou, em outro horizonte, a atividade é legal, porém não legítima.

E no sentido de se fazer reconhecer a prostituição como uma ocupação legítima, vários movimentos associativos de prostitutas se destacam, dentre os quais a DAVIDA-prostituição, saúde e direitos civis, que possui vários projetos de representação e consecução de seus objetivos, dentre os quais se destaca a DASPU. Entretanto, a luta é por um campo de atividades que não seja nem confinado nem regulado de forma tão especial que ajude a constituir sua “ilegitimidade”, sob o suporte de avaliações morais negativas e discriminatórias.

A DASPU surge de maneira inesperada, com uma projeção repentina e que motivou a necessidade de desenvolvimento do incipiente negócio. Daí, diante de muitas dificuldades, já que os membros da ONG DAVIDA não estavam preparados para tal situação, muitas propostas surgiram ao longo do tempo, de empresários interessados em participar de alguma forma do negócio, às universidades que se ofereceram na elaboração de um plano de negócios para que a DASPU seguisse tecnicamente um modelo de exigência da racionalidade empresarial.

No entanto, ao longo deste caminho, a DASPU demonstrou que independente de regras, ela já era um sucesso, graças a viabilidade alcançada na mídia, a boa vontade e disposição de seus participantes. Daí, gerir, aumentar os lucros, desenvolver o negócio, aderir a novos produtos tornou-se uma tarefa secundária diante de seu valor principal, que é refletir os ideais da ONG DAVIDA e expressar a voz das prostitutas, mesmo que em silêncio. E desta forma, mesmo que na mídia a DASPU apareça mais do que a



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

DAVIDA é nítido o elo existente entre as duas. Pode ser que muitos não saibam da existência da DAVIDA, que ela está por trás de todo esse trabalho, mas não importa, a DASPU consegue transmiti-la, mesmo que o nome “DAVIDA” não seja citado.

Assim, a DASPU está intimamente ligada aos desafios próprios à ação política, cultural e sindical do movimento das prostitutas. Quando elas desfilam, são associadas a um campo da moda, do *glamour*, da elite representada também pela DASLU, causando um choque no pensamento social moralizador e atrelado a conceitos previamente estabelecidos. E para completar este tormento mental, a DASPU faz questão de colocar nas passarelas, prostitutas e não prostitutas, estas muitas vezes pertencentes ao que a sociedade chama de “elite”, pessoas até com alto nível de instrução, das mais variadas profissões. Percebe-se aqui um deslocamento intenso dos espaços.

Assim, a moda não está nas roupas, mas no que está por traz de toda essa expressão. A moda está na invasão dos espaços, nas encenações presentes nos desfiles, na mensagem que a ONG DAVIDA quer transmitir. É a passarela da expressão política com ampla repercussão mediática. E quem veste a DASPU não está preocupado em estar tecnicamente na moda, mas em compartilhar uma sensualidade ou sexualidade, e de expressar o “diferente”. Está preocupado com o reconhecimento, com a revalorização e melhores condições de exercício de uma atividade antiga e controvertida.

## BIBLIOGRAFIA CITADA NESTE TRABALHO

ANDRADE, Ana Beatriz Pereira de. **Com atitude e catiguria – visibilidades e invisibilidades femininas: Daspu como possibilidade em design-** Rio de Janeiro-setembro 2009: UERJ - Instituto de psicologia – programa de pos graduação em psicologia social doutorado, RJ.

CAULFIELD, Sueann. **Em Defesa da Honra.** Campinas: UNICAMP. 2000.



» XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais  
Diversidades e (Des)igualdades  
Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.  
Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II  
Campus de Ondina

DORNELAS, Jose Carlos Assis. **Empreendedorismo** – 2 edição, Rio de Janeiro:Campus, 2005.

FROES, César & NETO Francisco P. De Melo. **Empreendedorismo social – a transição para a sociedade sustentável.** Rio de Janeiro: QualityMark, 2002.

LEITE, Gabriela. **Mãe, avó, puta,** Rio de Janeiro: OBJETIVA, 2008.

LENZ, Flávio. **Daspu: a moda sem vergonha.** Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

PESTANA, Marcio. **Direito administrativo brasileiro,** Rio de Janeiro: Campus jurídico/elsevier, 2008.

SIMÕES, Soraya Silveira. In: D. Cefai, M. Mello, FR Mota Veiga FB (Org), “**Sem vergonha**”: notas sobre a profissionalização de um métier no Brasil, de 2009 Niterói: UFF.

YACCOUB, Hilaine. **DASPU: modos de usar, moda para mudar** – mestranda do programa de pos graduação em antropologia – PPGA da UFF, RJ, 2009



» **XI Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais**

Diversidades e (Des)igualdades

Salvador, 07 a 10 de agosto de 2011.

Universidade Federal da Bahia (UFBA) - PAF I e II

Campus de Ondina