

Folha de S. Paulo anuncia plataforma de prostituição em sobrecapa, ferindo seus princípios e códigos de ética de publicitários¹

Juçara Gorski Brittes²

Universidade Federal de Ouro Preto

Resumo

O estudo discute algumas das camadas interpretativas decorrentes do anúncio de uma plataforma de prostituição na capa da Folha de S. Paulo. O formato de sobrecapa confundiu os leitores, fazendo-os acreditar tratar-se de manchete de notícias. O conteúdo da propaganda convida a um debate que não acontece e remete ao site de acompanhantes. A análise parte da crítica assinada pela ombudsman do jornal, do projeto editorial do veículo de comunicação e da leitura de códigos de ética de publicitários. Busca entender o posicionamento do anunciante sobre o tema com base nas perspectivas históricas sobre a prostituição. Conclusões iniciais indicam que o jornal, que se apresenta como o maior e mais influente do país, coloca sua imagem à venda, por cerca de 4 milhões de reais. Já o anunciante tenta construir uma imagem de benfeitor, mas resume-se a convidar o leitor a adquirir sua mercadoria

Palavras-chave:

Sobrecapa de jornal impresso; ética na comunicação; direito à comunicação; prostituição; acompanhantes.

1. Introdução

Uma capa de jornal chapada em vermelho, estampando o número 1.400.000 associado a mães, filhas, irmãs e esposas, está sendo alvo de debates e questionamentos. O texto informa ser esse o número de profissionais que trabalham como acompanhantes no Brasil. Convida as pessoas a falarem sobre o assunto e indica um endereço eletrônico (UMACONVERSAADULTA.COM.BR) onde, aparentemente, o tema será tratado.

À primeira vista parece um jornal sensacionalista, do tipo “espreme que sai sangue”, chamando para uma pauta a respeito de mulheres, utilizando-se de substantivos referentes a relações familiares. Mas não. Trata-se da sobrecapa da Folha de S. Paulo.³

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, do 25º. Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 48º. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Professora aposentada do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto

³ A data da publicação é 2 de junho de 2025

A menção a mães, filhas, esposas permite confundir profissionais do sexo com cuidadoras de pessoas física ou mentalmente dependentes. Porém a assinatura da Fatal Model no final da página, a indicação de proibição para menores de 18 anos, entre outros dados, impacta leitores habituados a conhecer os principais fatos do Brasil e do mundo na capa do jornal. A primeira pergunta que surge é a mais simples e óbvia. O que é isso? (veja figura 1)

Abre-se aqui um campo para investigações futuras, uma vez que o caso permite a descoberta de diversas camadas de interpretações. Elegemos algumas delas, aqui colocadas em forma de pergunta, sem a pretensão de entregar respostas conclusivas.

- a. O conteúdo da referida capa respeita os princípios editoriais da Folha de S. Paulo?
- b. Esse modelo de publicidade obedece a princípios éticos das categorias profissionais envolvidas?
- c. Como o anunciante se posiciona frente ao produto que deseja vender ?

2. Promessas ignoradas

O projeto editorial do jornal em tela explica a seus clientes que na sobrecapa “você coloca o serviço ou produto do seu anunciante em um local destacado dentro do espaço mais nobre do jornal.” E provoca: “Já pensou em ter o seu anúncio sendo visto até mesmo antes das principais manchetes do dia?”⁴

Esses argumentos de venda contrariam os princípios editoriais da Folha, que prometem estimular o exercício da cidadania e contribuir para o desenvolvimento das ideias e da sociedade. Enfatizam que “ (...) não deve melhorar seus índices recorrendo à vulgarização e ao sensacionalismo”.

E continua:

(A Folha de S. Paulo) acredita que uma publicidade livre e diversificada é essencial para manter a independência do jornalismo. Julga legítima a comercialização de conteúdos patrocinados, financiados por anunciantes ou parceiros, desde que a natureza publicitária do produto seja transparente para o leitor (...). <https://temas.folha.uol.com.br/folha-projeto-editorial/projeto-editorial-folha-de-s-paulo/sua-excelencia-o-consumidor-de-noticias.shtml>

⁴ <http://www.publicidade.folha.com.br/folha/formatosespeciais/sobrecapa/>

Não é o que acontece neste caso, ideia defendida também por Alexandra Moraes. Ela não se refere ao projeto editorial, mas suas observações corroboram nossa análise. A ombudsman da Folha publicou, na edição de sete de junho próximo passado, uma ácida crítica ao anúncio, intitulada “O que acontece quando site de prostituição compra capa da Folha”.⁵ Observa que o texto, suavizado por eufemismos, levou leitores a confundirem a profissão de acompanhante (prostituição) com a de cuidador de idosos. Sem pronunciar explicitamente, demonstra a atitude antiética do anunciante e denuncia a crise no modelo de negócios do jornalismo:

(...) o cabeçalho do jornal era a moldura de uma propaganda institucional da Fatal Model, empresa que reúne anúncios e vídeos de profissionais do sexo em sua plataforma. Ganha dinheiro vendendo aos profissionais o destaque desses anúncios e "conteúdo premium" aos clientes.

A Fatal Model vem firmando patrocínios milionários no futebol, modelo dominado pelas "bets". As investidas renderam à empresa contratos e exposição nas séries A, B e C do Campeonato Brasileiro. A cartada mais recente foi a oferta de R\$ 250 milhões pelos "naming rights" do estádio do Athletico-PR (...)

Esses argumentos autorizam a dizer que o anúncio contraria os princípios editoriais e mesmo comerciais da Folha, pois preterir informação em favor de publicidade arrisca esvaziar a credibilidade deste veículo criado há 105 anos.

⁵ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/alexandra-moraes-ombudsman/2025/06/o-que-acontece-quando-site-de-prostituicao-compra-capa-da-folha.shtml> acesso em 20/06/25

3. Ética publicitária

A Fatal Model informa haver um número expressivo de profissionais que trabalha como acompanhante no Brasil na tentativa de demonstrar a necessidade de debater o assunto. Porém, o endereço indicado no anúncio não traz argumentos para a discussão. Limita-se a repetir a fórmula publicitária, segue falando da quantidade de pessoas envolvidos na prostituição e, desse modo, procura justificar a presença da empresa no negócio. “Se organizar direitinho, todo mundo respeita”, publica.

Aparentemente bem-intencionado, o anúncio lamenta a falta de respeito com a profissão. Mas não é esse o conteúdo prometido na capa da Folha. O site é de venda de sexo, tanto para clientes quanto para interessados em exercer o ofício, atitude fora dos limites aceitáveis pelos códigos de ética dos publicitários. (Fig. 2)

No começo bem-comportado, o site vai empurrando para a compra do produto. Apresenta os detalhes da escolha, como sexo anal; em domicílio; jovem; magrinha; BDSM⁶ entre outras especialidades, tudo muto bem ilustrado. Traz, inclusive uma espécie de manual para profissionais calcularem as possibilidades de ganhos se aderirem ao negócio.

O código de ética dos profissionais da propaganda seguido pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom), em seu primeiro artigo, define a propaganda como

(...) uma técnica de criar opinião pública favorável a um determinado produto, serviço, instituição ou ideia, visando a orientar o comportamento humano das massas num determinado sentido.⁷

Sim, o anúncio da Fatal Model conduz a um objetivo, mas diferente do que indica aos leitores. Se enquadraria, desse modo, como imoral, conforme o artigo 16 do mesmo código, e repudiável pela categoria (artigo 20).

16. É imoral deturpar ou apresentar de maneira capciosa elementos de pesquisa ou estatísticas. Recomenda-se também que sempre que tais dados sejam utilizados como elemento fundamental de persuasão, mencione-se sua fonte de origem.

⁶ BDSM é uma sigla que une diferentes práticas sexuais consentidas como bondage, disciplina, submissão, sadismo e masoquismo. Bondage é a prática de amarrar um parceiro para fins estéticos ou sexuais

⁷ Disponível em <https://www.gov.br/secom/pt-br/acesso-a-informacao/legislacao/codigodeeticaprofissionaisdapropaganda.pdf> acesso em 20/06/25

20. A propaganda é sempre ostensiva. A mistificação e o engodo que, escondendo a propaganda, decepcionam e confundem o público, são expressamente repudiados pelos profissionais de propaganda.⁸

A referida sobrecapa da Folha contraria tais pressupostos porque promete um debate sobre um tema histórico, sensível à sociedade e entrega uma propaganda, conferindo visibilidade a seu produto diante de um público leitor de notícias.

4. Benfeitores ou comerciantes sem escrúpulos?

Cabe perguntar qual a visão da empresa anunciante sobre prostituição, tomando por base um estudo sobre as concepções históricas da profissão ou prática.

Segundo Paradis (2018) a prostituição tem sido considerada como uma das instituições reveladora das relações de poder entre homens e mulheres, e a moral sexual de cada período histórico. A autora esclarece que o debate sobre causas e consequências da prostituição acompanha as ondas do feminismo. A primeira, localizada entre meados do século XIX e início do XX, é denominada sufragista por incluir na pauta o direito ao voto, acesso aos demais direitos civis e sociais como ao divórcio, a estudar, a ter propriedade, entre outras reivindicações. Estas demandas contrapunham-se ao discurso médico e sanitaria da época, que pretendia limpar as cidades das práticas da prostituição, considerando-a um mal menor. A entendia como uma degradação moral das mulheres, mas que garantia uma certa ordem social e patriarcal de proteção à pureza e virtude da mulher honesta diante da sexualidade.

O socialismo inaugura uma nova corrente de pensamento dentro do feminismo, conforme a autora. Identifica a profissão como espaço das contradições que o capitalismo e a moral burguesas impõem sobre as relações entre homens e mulheres. Bebel (Apud Paradis, 2018) a entende como necessária para a sociedade burguesa, tanto quanto o exército, a polícia a igreja e a classe capitalista.

O século XX aporta mudanças significativas, sobretudo na discussão em torno da legitimidade deste tipo de trabalho.

Hoje a indústria sexual é um setor de grande escala, concentrado, que opera um mercado global multimilionário, a partir de diversas modalidades. (...) a rearticulação dos discursos teve que ser produzida de modo a normalizar a ideia

⁸ Código de ética dos profissionais da propaganda publicado pela Secom, ver rodapé 5.

da prostituição, haja vista a decadência da cultura da dupla moral sexual, que foi combatida pelas culturas progressistas desde o século XVIII. (Paradis, 2018)

A conclusão da tese de Paradis aponta ter havido, na atualidade, acirramento e polarização das posições em relação ao tema.

O campo conservador defende a proibição da prostituição e a perseguição dos sujeitos que a praticam; o campo abolicionista busca construir um horizonte ético da prostituição, reconhecendo nela bases violentas, patriarcais e mercantilizadoras, enquanto um campo mais liberacionista reconhece a necessidade de encarar a prostituição como um trabalho, garantindo condições seguras para a sua prática e direitos trabalhistas para os sujeitos que sobrevivem dela. (Paradis, 2018)

É preciso aprofundar a pesquisa sobre a empresa Fatal Model para concluir a respeito de sua concepção em relação ao produto que comercializa. Estaria situada no campo liberacionista, citado por Paradis, pelo fato de encarar a prostituição com um trabalho e prometer condições seguras para a prática. Mas não foi possível, nesses primeiros passos, afirmar se há garantias aos direitos trabalhistas, tanto para os “produtos”, quando para os empresários e funcionários. Nada se sabe, no âmbito deste artigo, sobre bases violentas, ou se há exploração dos trabalhadores e trabalhadoras desse segmento, da parte da Fatal Model.

A empresa, porém, tem sido alvo de críticas e conflitos, como a que ocorreu em 2024, com o Instituto Libertas Conhecimento (ICL), que denunciou a plataforma por veiculação de propaganda inadequada. Em resposta a Fatal Model estacionou um de seus caminhões na porta do ICL e ficou fotografando a entrada dos funcionários daquela instituição.⁹

Para o ICL a publicidade da plataforma

ultrapassa os limites éticos ao ser exibida em jogos de futebol sem as devidas restrições etárias em plataformas de ampla circulação, em horário que qualquer criança ou adolescente pode assistir, e leva grandes riscos para a educação e a formação desse público.¹⁰

Segunda a matéria citada acima, além de receber o repúdio de entidades jornalísticas e de direitos humanos, a Secretaria Nacional do Consumidor notificou a

⁹ Matéria da Folha de S. Paulo em 3 de outubro de 2024, assinada por Débora Foquel, [Soraya Smaili](#), [Maria Angélica Pedra Minhoto](#), [Pedro Arantes](#) e [Anna Miranda](#)

¹⁰ Matéria da Folha de S. Paulo em 3 de outubro de 2024, assinada por Débora Foquel, [Soraya Smaili](#), [Maria Angélica Pedra Minhoto](#), [Pedro Arantes](#) e [Anna Miranda](#)

Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e o estádio onde a propaganda foi veiculada a prestarem esclarecimentos.

Nesse caso cabe citar algumas determinações do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária:

SEÇÃO 5 – Apresentação Verdadeira

Artigo 27

O anúncio deve conter uma apresentação verdadeira do produto oferecido, conforme disposto nos artigos seguintes desta Seção, onde estão enumerados alguns aspectos que merecem especial atenção.

§ 2º – Alegações

O anúncio não deverá conter informação de texto ou apresentação visual que direta ou indiretamente, por implicação, omissão, exagero ou ambiguidades, leve o Consumidor a engano quanto ao produto anunciado, quanto ao Anunciante ou seus concorrentes, nem tampouco quanto natureza do produto (natural ou artificial); procedência (nacional ou estrangeira); composição; finalidade.

SEÇÃO 11 – Crianças e Jovens

Os esforços de pais, educadores, autoridades e da comunidade devem encontrar na publicidade fator coadjuvante na formação de cidadãos responsáveis e consumidores conscientes.

5 Anotações finais a serem retomadas em futuros trabalhos

No *case* estudado, a Folha de S. Paulo desprezou seus princípios editoriais, vendendo-os por cerca de 4 milhões de reais¹¹, sob a justificativa de praticar um novo modelo de negócios. Internamente se contradiz ao afirmar que os interesses comerciais não devem se contrapor aos jornalísticos, mas ser esteio da independência editorial. Já sua plataforma comercial vende um anúncio cuja maior virtude é ter mais visibilidade do que as manchetes e chamadas de capa de cunho jornalístico.

O conteúdo da sobrecapa e seu verso, compradas pela Fatal Model, contraria recomendações da ética publicitária devido a sua ambiguidade. Disfarça o texto levando o leitor a pensar que chama para o debate de um tema complexo e de forte repercussão social. Acrescente-se o comportamento vingativo e retaliatório que pratica frente a críticas de setores da sociedade civil e ainda mais: demonstra pouco ou nenhum cuidado com o público infantil.

¹¹ Pesquisado em

https://media.folha.uol.com.br/publicidade/2025/01/tabela_folha_multiplataforma_folha_de_s_paulo.pdf?_mather=00658205-9b55-4a89-a546-538eccc6f01

O cliente da Folha disfarça sua finalidade comercial com o respeito aos profissionais do sexo, o que seria estimado pelo segmento ou seja, levar a sociedade civil a entender a questão em seus diversos ângulos, causas, consequências e direitos.

Esse tipo de anúncio, por seu formato e conteúdo, retoma outro debate histórico - a regulamentação da comunicação, vista em sua totalidade, trazendo a sociedade civil a se posicionar a respeito. A busca pela participação da sociedade civil nos destinos, usos e conteúdos do setor da comunicação é sistematicamente negada pelos empresários, cujo discurso deturpa o sentido das reivindicações éticas, dando-lhes conotação de censura. Essa omissão cria ambiente fértil para abusos como os demonstrados nesse trabalho e os causados pelas chamadas *fake News*.

O caso em tela deveria ser tema de amplo debate pelo Conselho Nacional de Comunicação, previsto na Constituição Federal. Criado com a finalidade de dar voz a todos os segmentos da sociedade civil sobre a utilização do espectro eletromagnético, outorgas, finalidades e conteúdos, jamais cumpriu seus propósitos. Desse modo mantém-se o histórico desequilíbrio informativo o qual, por sua vez, promove a manipulação da opinião pública, quando, pelo contrário, a pluralidade de informações poderia ser forte aliada para a tomada de posições em ambiente livre e sem constrangimentos.

6.Referências

CONAR, Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária. Conar.org.br
acessado em 20 /06/2025

Folha de S. Paulo: Ano 105, Edição 35.124. Sobrecapa - acesso em 20/06/25

_____: Ano 105, Edição 35.130. Disponível em
<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/alexandra-moraes-ombudsman/2025/06/o-que-acontece-quando-site-de-prostituicao-compra-capa-da-folha.shtml> acesso em 20/06/25

PARADIS, Clarisse Goulart. A prostituição no marxismo clássico: crítica ao capitalismo e à dupla moral burguesa. Rev. Estud. Fem. 26 (3) • 2018 Acessível em
<http://dx.doi.org/10.1590/1806-9584-2018v26n344805> acesso em 10/06/25

PublicidadeFOLHA, in <https://publicidade.folha.com.br/> acesso em 30/06/25

Anexos

1. Sobrecapa da Folha de S. Paulo vendida à Fatal Model



FOLHA DE S. PAULO
DESDE 1921 • UM JORNAL EM DEFESA DA ENERGIA LIMPA •

ANO 105 • Nº 35324 • SEGUNDA-FEIRA, 2 DE JUNHO DE 2023 • R\$ 2,00

INFORME PUBLICITÁRIO

1.400.000
mães, filhas, irmãs e esposas

—

ESSE É O NÚMERO DE
PROFISSIONAIS QUE TRABALHAM
COMO ACOMPANHANTES NO BRASIL.

—

ESTÁ NA HORA DA GENTE
FALAR SOBRE ISSO.

—

UMA CONVERSA ADULTA
.COM.BR

—

2 DE JUNHO
DIA DA ACOMPANHANTE

—

SE ORGANIZAR DIREITINHO,
TODO MUNDO SE RESPEITA.

—

UMA INICIAÇÃO

fatalmodel
respeito | segurança | dignidade

18 PROIBIDO PARA MENORES DE 18 ANOS.

2. Verso da sobrecapa e Capa verdadeira da Folha de S. Paulo



INFORME PUBLICITÁRIO

1,4 milhão

É mais que a população de 15 capitais e 3 estados brasileiros.

É UM MERCADO GIGANTE, COM MILHÕES DE PROFISSIONAIS E CONSUMIDORES, MAS QUE ATUAM ESFORÇA A INVISIBILIDADE, A PRECARIEDADE E A VULNERABILIDADE, O QUE PODE FACILITAR A EXPLORAÇÃO SEXUAL*, GERANDO VÍTIMAS ENQUANTO PRATIAM CRIANÇAS IMPUNES.

É UM ASSUNTO TABU. ATÉ RECUSAMOS QUERÊ-LO.

UMA CONVERSA ADULTA
.COM.BR

UMA INICIAÇÃO

fatalmodel
respeito | segurança | dignidade

18 PROIBIDO PARA MENORES DE 18 ANOS.

* EXPLORAÇÃO SEXUAL É A UTILIZAÇÃO DO CORPO DE ALGUÉM PARA FINS SEXUAIS EM TROCA DE DINHEIRO, FAVORECER OU REAFIRMAR, SENDO UM CRIME PREVISTO NA LEI DE INJÚRIA. CADA VÍTIMA EM UMA SITUAÇÃO ASSIM, DO COMÉRCIO ALGUÉM QUE ESTÁ, BRANCO, NEGRO OU LÍNGUA PARA O PESSOAL SEXUALIZADO, DESDE JÁ, O SEXO SEXUALIZADO, É UM SERVIÇO DE DESPROTEÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE GRUPOS VULNERÁVEIS E DE DENÚNCIAS DE VIOLAÇÃO DE DIREITOS HUMANOS.



FOLHA DE S. PAULO
DESDE 1921 • UM JORNAL EM DEFESA DA ENERGIA LIMPA •

ANO 105 • Nº 35324 • SEGUNDA-FEIRA, 2 DE JUNHO DE 2023 • R\$ 2,00

INFORME PUBLICITÁRIO

Obras de coleta de esgoto da COP30 alcançam só 3% da população de Belém

Governo do Pará tem anunciado que projetos de saneamento vão beneficiar 500 mil pessoas, mas captação inclui apenas 40 mil

Ucrânia destrói 41 aviões russos em ataques em massa de drones

Um documentário de guerra com imagens aéreas de ataques em massa de drones contra a Ucrânia, mostrando a destruição de aviões russos e a queda de mísseis.

Comunidade indígena enfrenta na Bahia a morte de crianças e mulheres em casos

Grupos indígenas da Bahia enfrentam a morte de crianças e mulheres em casos de violência doméstica e sexual.

Festa do PSI resulta em 2 mortos e sete de atos de violência

Acidentes e violência durante a festa do PSI em São Paulo, com dois mortos e sete feridos.

Nacionalista lidera eleição na Polônia, segundo pesquisa

Pesquisa indica que o nacionalista lidera a eleição na Polónia, com apoio de 40% dos eleitores.

JHSF
Jornal de Notícias e Informação

catarina
catarina