

# ilustrad:

O 'Operação Policial', do Nat Geo, retrata policiais especializados em combate a quadrilhas

## CORRA

# QUE A POLÍCIA VEM AÍ

Baratos, **realities policiais** ocupam cada vez mais espaço na televisão e constroem imagem de **heróis**

GABRIELA SÁ PESSOA  
DE SÃO PAULO

Produzir realities policiais é um bom negócio. O gênero chegou à televisão brasileira em 2010 e parece não ter pressa para deixar a programação de canais abertos e pagos — hoje, sete atrações do gênero vão ao ar no país.

O mercado recebeu mais um sinal de aquecimento em janeiro, com a chegada da produtora AfroReggae Audiovisual, vinculada à ONG carioca liderada por José Junior.

A empresa, presidida por Sérgio Sá Leitão e dirigida pelo jornalista Luís Erlanger, tem como sócios Armínio Fraga — ex-presidente do Banco Central — e o BNDES, que possui 15% de participação.

A primeira série da nova produtora é o reality show policial "No Rastro do Crime", que estreou no início de março no canal pago +Globosat.

A atração acompanha o trabalho da tropa de elite da polícia civil do Rio, a CORE (Coordenadoria de Recursos Especiais), e segue a cartilha de programas norte-americanos como "Cops", exibido há 27 anos: um produtor e um cinegrafista registram ações da polícia do ponto de vista da corporação, captando imagens de operações, flagrantes e perseguições.

O "Cops" foi a inspiração de Carla Albuquerque, pioneira do gênero. Quando



Personagem com bala no rosto (esq.) no 'P.O.L.I.C.I.A.', do AXN

fundou a produtora paulista Medialand — que já fez 14 realities policiais em 12 Estados do país desde 2010 —, escolheu o "Operação de Risco" (RedeTV!) para começar.

**SENSAÇÃO DE SEGURANÇA**  
"A segurança faz parte do dia a dia das pessoas, por isso tem um alto nível de interesse. O público entende que [o programa] não é sensacionalismo nem enobrece o criminoso, mas mostra que o crime é combatido", defende Carla.

"Não estamos ali para julgar se o trabalho da polícia é bom ou ruim, mas para mostrar o que ela faz, além de estimular a sensação de segurança."

Sérgio Sá Leitão, da Afro-

reggae Audiovisual, diz notar um interesse crescente de canais e distribuidoras pelo tema, estimulados pela narrativa de ação. O gênero é o preferido no país segundo uma pesquisa encenada pela RioFilme em 2015.

"A ficção brasileira não está sabendo saciar o interesse do público por esse tipo de produto. Já o 'doc reality' é uma overdose de realidade."

E de economia: o custo de cada episódio vai de R\$ 80 mil a R\$ 100 mil, dez vezes menos do que o de uma ficção.

Procuradas por meio de suas assessorias de imprensa, a RedeTV!, que agora produz o "Operação de Risco", e a Band, que compra o "Polí-

cia 24H" da produtora Eye-works Cuatro Cabezas não quiseram falar com a Folha.

### PROCESSOS

O "Polícia 24H" é a maior audiência entre os realities policiais: chega semanalmente a 1,37 milhão de espectadores em todo o país, segundo o Ibope. E também o que mais soma processos de vítimas retratadas, muito em razão do tom de zombaria adotado pelo programa — na edição, as histórias ganham humor graças a efeitos sonoros, semelhantes aos que eram usados no "CQC".

Nesses casos, a Justiça costuma ser favorável às emissoras: a liberdade de expressão

se sobrepõe ao direito de imagem. Os personagens costumam aparecer com bala no rosto e a voz alterada.

Nem sempre funciona: um homem que apareceu no "Polícia 24H" em 20 de novembro de 2011 afirmou que a "exposição indevida" o tornou "alvo de gozações e zombaria, provocando sofrimento moral", segundo um processo.

Odeboche incomodou também a PM de São Paulo, que suspendeu as gravações no início do ano para reavaliar seu "modus operandi" (leia mais abaixo) — as filmagens seguiram em outros Estados.

No mais, a corporação não tem do que se queixar. Quando Carla Albuquerque foi

apresentar sua ideia à polícia, pôde contar com a boa disposição do hoje deputado estadual Coronel Camilo (PSD-SP), então comandante da PM. Foi ele quem assinou o documento que autorizou a cinegrafistas e produtores de TV acompanhar as tropas.

Camilo achava que faltava construir no Brasil a imagem de policial herói. "Aqui se glamoriza o crime. Você tinha filmes como 'Cidade de Deus', 'Carandiru' e o próprio 'Tropa de Elite', que debocham da polícia", reclama o coronel.

Protagonizar realities policiais é um bom negócio. Sem desembolsar nada de seu orçamento, a polícia conquistou um espaço positivo no TV. A Folha, Emerson Massera, major responsável pela comunicação da PM, diz que chefes da corporação assistem às filmagens e chegam a votar imagens consideradas inapropriadas — os produtores negam.

Não seria também parte da realidade documentar a polícia que protagoniza abusos de poder e, por vezes, chacinas? Em 2014, policiais mataram, em média, oito pessoas por dia no país, segundo o Anuário de Segurança Pública.

Para produtores, não: é entretenimento. "Temos o Ministério Público, a Justiça e os jornalistas para investigar. Não tivemos a pretensão de fazer jornalismo", resume Carla.

» LEIA MAIS na pág. C6