



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

FERNANDA CABRAL BEZERRA

**A REPRESENTAÇÃO DA MULHER MILITAR NO *REALITY SHOW* “PAPO DE  
POLÍCIA”**

CAMPINA GRANDE -PB

2015

FERNANDA CABRAL BEZERRA

**A REPRESENTAÇÃO DA MULHER MILITAR NO *REALITY SHOW* “PAPO DE  
POLÍCIA”**

Artigo científico apresentado ao Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito para a conclusão do curso e para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Ma. Maria do Socorro Tomaz Palitó Santos

CAMPINA GRANDE

2015

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

B574r Bezerra, Fernanda Cabral

A representação da mulher militar no Reality show "papo de polícia" [manuscrito] / Fernanda Cabral Bezerra. - 2015.  
25 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2015.

"Orientação: Profa. Ma. Maria do Socorro Tomaz Palitô Santos, Departamento de Comunicação Social".

1. Mulher. 2. Trabalho. 3. Reality show. 4. Polícia militar.  
5. Sociedade. I. Título.

21. ed. CDD 305.4

FERNANDA CABRAL BEZERRA

A REPRESENTAÇÃO DA MULHER MILITAR NO *REALITY SHOW* “PAPO DE  
POLÍCIA”

Artigo científico apresentado ao Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito para a conclusão do curso e para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup> Ma. Maria do Socorro Tomaz Palitó Santos

Avaliada em: 17 / 06 / 2015

Nota: 10,0

BANCA EXAMINADORA

Maria do Socorro Tomaz Palitó Santos

Prof<sup>ª</sup>. Ma. Maria do Socorro Tomaz Palitó Santos (UEPB-DECOM)  
Orientadora

Maria de Fátima Cavalcante Luna

Prof<sup>ª</sup>. Ma. Maria de Fátima Cavalcante Luna (UEPB-DECOM)  
Examinadora

Ada Késea Guedes Bezerra

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Ada Késea Guedes Bezerra (UEPB-DECOM)  
Examinadora

## **AGRADECIMENTOS**

Quero agradecer a Deus, pela saúde, coragem e força para superar as adversidades.

A minha querida mãe Maria, meu pai José (in memoriam), as minhas irmãs Tereza e Edileide, meu sobrinho Guilherme por todo o amor, incentivo e apoio incondicional.

Agradecer também pela paciência, atenção e carinho da professora Socorro Palitó, que gentilmente aceitou o ser minha orientadora.

Agradecer a minha querida turma 2010.2, turma esta que deixará saudades. Aos professores que passaram por nossa turma e compartilharam conhecimento para o nosso enriquecimento, não só intelectual, mas de vida. A todos os colegas de turma e em especial a Ambiará Cardoso, Antônio Carlos, Marcos Beserra e Kaliandro André pelo incentivo e me fazer acreditar que eu conseguiria chegar à final e a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação. Muito obrigada!

## SUMÁRIO

1. Introdução .....	8
2. O <i>Reality Show</i> : um breve histórico .....	10
3. Papo de Polícia: O <i>reality show</i> da vida real .....	14
4. A inserção das mulheres na Polícia Militar do Rio de Janeiro: Breve histórico .....	18
5. Episódios analisados .....	20
6. Considerações finais .....	24
7. Referências .....	25

# A REPRESENTAÇÃO DA MULHER MILITAR NO *REALITY SHOW* “PAPO DE POLÍCIA”

Fernanda Cabral Bezerra<sup>1</sup>

Maria do Socorro Tomaz Palitó Santos<sup>2</sup>

## RESUMO

Este artigo tem como objetivo analisar como a terceira temporada do *reality show* Papo de Polícia, exibido pelo canal pago Multishow, retrata o trabalho policial feminino em uma profissão historicamente masculina em uma sociedade que se condicionou a ver a polícia apenas como força bruta e repressiva. O *reality* acompanha o dia a dia de trabalho e a vida fora do batalhão da Cabo da Polícia Militar do Rio de Janeiro, Flávia Louzada. Nesse contexto, o *reality* evidencia o crescimento da atuação da mulher em áreas antes exclusivamente masculina. Do ponto de vista metodológico, foi realizado uma análise descritiva de quatro episódios do *reality* exibidos entre os dias 22 a 28 de abril de 2013. A abordagem contribui para o processo da desconstrução da mulher como sexo frágil, expondo as formas de atuação e da própria postura policial, sem perder a sua feminilidade.

**Palavras-chave:** Mulher. Trabalho. *Reality show*. Polícia Militar. Sociedade.

## REPRESENTACIÓN DE LA MUJER MILITAR EN *REALITY SHOW* “PAPO DE POLÍCIA”

### RESUMEN

Este artículo pretende analizar cómo la tercera temporada del *Reality Show* Papo de Polícia, mostrado por el canal de pago Multishow, retrata el trabajo policial femenino en una profesión históricamente masculino en una sociedad condicionada a ver a la policía solamente como fuerza bruta y represivo. El *reality* sigue el día a día del trabajo y la vida fuera del batallón de la Cabo de la Policía Militar de Río de Janeiro, Flávia Louzada. En este contexto, el *reality* destaca el crecimiento del desempeño de la mujer en áreas antes exclusivamente masculina. Desde un punto de vista metodológico, fue realizado un análisis descriptivo de cuatro episodios del *reality* entre los días 22 a 28 de abril de 2013. El enfoque contribuye al proceso de deconstrucción de las mujeres como el sexo débil, dejando al descubierto las formas de actuar y de la postura policial, sin perder su feminidad.

**Palabras clave:** Mujeres. Trabajo. *Reality Show*. Polícia Militar. Sociedad.

---

<sup>1</sup> Aluna do Curso de Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) da Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: nandaasp@gmail.com

<sup>2</sup> Professora do Departamento do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba. Doutoranda em Comunicación Audiovisual, revolución Y cambio cultural pela Universidade de Salamanca e mestrado em Ciências da Sociedade pela Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: epalito\_@hotmail.com

## 1 INTRODUÇÃO

A mídia tem um papel importante na sociedade, ela influencia direta e indiretamente a opinião do indivíduo. Assim, além de fazer parte da nossa realidade, ajuda também a criar essa realidade. Braga e Cirino (2015, p. 34-35) afirmam que a mídia “modela a sociedade através de sua capacidade de produzir, ratificar e disseminar representações, e por meio dela cria a nossa visão de mundo, nossa auto-percepção da sociedade como um todo”.

A TV constitui fonte de informação e entretenimento. As diversas informações transmitidas por essa mídia ditam regras, estilos, moda e são captadas involuntariamente pelo público que assiste. Os assuntos que atraem o olhar e a atenção do público são as tragédias humanas e a vontade de “espiar” a vida alheia. Essa predisposição do público em aceitar este tipo de programa, tem trazido além de consideráveis índices de audiência, um faturamento elevado e sem grandes investimentos. Conforme Rocha (2008, p. 1) aponta:

De fato, é mais barato produzir programas que contem com a participação de pessoas anônimas do que celebridades, pois as primeiras se dispõem a aparecer na TV até mesmo sem receber qualquer remuneração ou, quando muito, fazem-no em troca de um cachê simbólico diante das cifras astronômicas pagas às estrelas de televisão. Também é mais econômico para as emissoras utilizarem formatos que não requeiram cenários e figurinos dispendiosos, assim como o trabalho de profissionais muito especializados, caso dos roteiristas (ROCHA, 2008, p. 1).

Os *realities shows*<sup>3</sup> detém o forte desejo das pessoas a observar o cotidiano do outro. O sucesso desse gênero televisivo justamente é a curiosidade de “espiar” a vida alheia nas 24 horas do dia. Pessoas se submetem a ficar diante da televisão ou do computador para acompanhar desconhecidos ou artistas que aceitam a ficar “presos” dentro de uma casa, fazenda ou outro lugar por um longo período para uma disputa acirrada em busca do prêmio principal e da fama, mesmo que temporária.

Embora as pessoas tenham começado a aparecer em gêneros televisivos mais antigos como concursos, documentários ou talk-shows, foi o *reality-show* que lhes deu o protagonismo exclusivo nos programas de televisão e que se centrou nelas, não em situações excepcionais ou artificiais (por exemplo, em estúdio) mas nas

---

<sup>3</sup> Segundo Mateus (2012, p. 243), *reality-show* ou programa televisivo de realidade, refere-se a um vasto e plural gênero televisivo autônomo, não obstante integra e adapta elementos de outros gêneros televisivos. Dotado de diversos formatos ou subgêneros, procede a uma muito singular mediação da interação social caracterizando-se por incidir a sua atenção na banalidade do cotidiano através do relato, na primeira pessoa, das tensões, conflitos e angústias que o indivíduo experimenta diariamente, na sua vida profissional, pessoal ou familiar.

situações prosaicas do seu dia-a-dia mundano (MATEUS, 2012, p. 238).

A policial militar Flávia Louzada ficou conhecida e teve seus momentos de “celebridade” após protagonizar um *reality show* diferente, o Papo de Polícia, que retrata a realidade da atividade policial em momentos de tensão, calmos e até pessoais. Esse *reality* teve sua estreia em 2011 e já conta com quatro temporadas.

Em cenas reais e com muita ação, o *reality* não sofre interferência de apresentadores ou produtores, a própria polícia conduz a história. A atração rende índice significativo de audiência para a emissora, com isso o banco Santander resolveu renovar pelo terceiro ano consecutivo o patrocínio do *reality*. Segundo o site *Promoview*, o banco obteve um pacote que permitia chamadas na TV, além de mídia no site do canal. Seriam 100 inserções da marca ao longo do programa.

A participação da mulher na sociedade mudou muito nas últimas décadas. Segundo Tânia Reckziegel<sup>4</sup>, Desembargadora e integrante da Comissão de Comunicação Social e Relações Institucionais do TRT-RS, “a figura feminina era vista como rainha do lar, ainda que na verdade a mulher fosse uma prisioneira em seu castelo e súdita fiel do rei todo-poderoso em seu domínio”. Hoje, a mulher tem seu reconhecimento profissional e um espaço permanente no mercado de trabalho se destacando cada vez mais em diversos cargos que ocupa.

A ascensão da mulher na sociedade vem mostrar que estão aptas a exercerem qualquer atividade com a mesma capacidade e disposição dos homens. Para Braga (2011), como agentes capazes de modificar sua história, as mulheres entram em cena e se tornam cada vez mais visíveis no cenário das práticas policiais. Partindo deste princípio, a ideia da terceira temporada do *reality* Papo de Polícia é apresentar essa mulher na atualidade, sem perder sua feminilidade.

Neste trabalho, a pesquisa foi realizada para entender como o Papo de Polícia apresentou a imagem da mulher militar em setores antes dominados por homens. A análise tem caráter descritivo. Segundo Vergara (1998) “ expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno[...], não tem o compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação” (VERGARA, 1998, p.

---

<sup>4</sup> Disponível em <http://wp.clicrbs.com.br/opiniaozh/2014/03/07/artigo-a-ascensao-da-mulher-brasileira>. Acesso em 21 de maio de 2015

45). O objetivo é apenas observar e analisar os acontecimentos sem entrar no mérito do conteúdo. O *reality* foi acompanhado através da visualização no *YouTube* dos episódios que foram ao ar entre os dias 22 a 28 de abril de 2013.

## **2 REALITY SHOW: UM BREVE HISTÓRICO**

O *reality show* ou *show* de realidade é um gênero televisivo surgido na década de 70 e que se firmou como sucesso na década de 90. Segundo Meniconi (2005), a primeira experiência de mostrar o cotidiano de pessoas comuns fazendo suas tarefas diárias para as câmeras de televisão, aconteceu quando a emissora norte-americana PBS (*Public Broadcasting Service*) expôs o programa “*An American Family*”<sup>5</sup> (1973), dirigido por Alan e Susan Raymond, dividido em episódios semanais com duração de 1 hora cada, mostrava os dramas, conflitos, alegrias de uma família de classe média dos Estados Unidos: os *Louds*. O programa é um documentário que conseguiu grande sucesso e provocou entusiasmo nos outros meios de comunicação.

Com a aceitação do público, os diretores deram sequência em mais dois documentários sobre a família *Louds*: “*An American Family Revisited: the Louds 10 years later*”<sup>6</sup> (1983), especialmente produzido e financiado pela emissora HBO; e, “*A Plot Summary for a Lance Loud!: a death in an American Family*”<sup>7</sup> (MENICONI, 2005, p. 10).

Para Meniconi (2005), o documentário gerou mudanças nos formatos aos programas de televisão; emissoras norte-americanas e pouco depois de outros países compreenderam que apresentar ações e situações reais, não apenas ficção ou encenação, gerava impacto e lucratividade.

Estratégias para aproximar o público à televisão foram criadas. Tornar os conteúdos da TV mais real e verdadeiras era o maior objetivo. “É preciso encontrar lugar na vida privada e rotineira dos telespectadores, é necessário se aproximar do público, criar laços, estabelecer uma relação íntima e cotidiana para garantir audiência e realizar-se como sistema de comunicação” (ROCHA, 2005, p.2).

Programas de caráter jornalístico foram os primeiros a buscar descrever de modo mais verdadeiro a nossa realidade, é o que afirma Meniconi (2005):

---

<sup>5</sup> Uma Família Americana

<sup>6</sup> Uma família americana revisitado: os Louds 10 anos depois

<sup>7</sup> Um Resumo do roteiro para um lance dos Louds! uma morte em uma Família Americana

as câmeras saíram dos estúdios e passaram a ir ao encontro dos acontecimentos; já não importava mais a qualidade técnica dessas imagens, e sim sua naturalidade. No Brasil, as reportagens policiais de Gil Gomes, em especial no programa *Aqui e Agora*, durante a virada das décadas de 1980 e 1990, ilustram bem essa tendência de um jornalismo mais próximo do imaginário popular (MENICONI, 2005, p. 11).

Meniconi (2005) afirma que o jornalismo se transforma como peça essencial para o que hoje seja um *reality show*. O jornalismo buscou estar mais próximo da população. Os profissionais não esperavam mais a notícia chegar aos estúdios, eles iam em busca da notícia. Programas de entrevistas mudaram a forma de conduzir a atração e substituíram convidados conhecidos no mundo de celebridades por pessoas anônimas dispostos a expor seus dramas e conflitos em rede nacional.

Bourdieu (1997, p.77) diz que “o universo do jornalismo é um campo, mas que está sob a pressão do campo econômico por intermédio do índice de audiência”. Por conta disso sofre as pressões comerciais, exercendo também pressão sobre os outros campos.

Em 1992, a MTV americana lançou o formato do que se pode nomear como o primeiro *reality show*, o *Real World*. A dinâmica do programa intensifica o que conhecemos hoje como *reality*. Sete jovens que não se conhecem, passam a viver juntos tendo como meta montar uma empresa em sociedade. Os jovens têm que aprender a lidar com as dificuldades de convívio com pessoas diferentes e desconhecidas; com câmeras em todos os cômodos que filmavam todas as suas ações, do dormir ao acordar. “De escovar os dentes pela manhã e sair para o trabalho até o encontro com amigos em uma danceteria” (MENICONI, 2005, p.11).

De acordo com Mateus (2012, p. 236) a “nomenclatura *reality show* é utilizada para referir um vasto número de programas televisivos que, de forma assumida, cruzam as fronteiras da informação e do entretenimento, do drama e do documentário, da ficção e da realidade”. Dessa forma, nas diferentes estruturas e temáticas que vai desde moda, culinária, casos de polícia, encontros amorosos, solidariedade social, experimentos científicos, mostra que os programas televisivos de realidade asseguram uma ligação íntima entre o público que aguçam a curiosidade de saber sobre a vida do outro, além de transformar desconhecidos em conhecidos da mídia.

Para Rocha (2009, p. 6) o *reality show* “exibe um leque de opções, em constante expansão, que ultrapassa a dicotomia informação ou entretenimento”. Sendo assim,

“privilegiam a informação, outros dão mais atenção ao entretenimento, embora o formato sempre exiba uma mistura dessas duas vertentes”.

Dentre os *reality shows* com alto índice de audiência, encontramos os *games shows*; nos quais pessoas comuns ou celebridades disputam prêmios sob regras do jogo. Segundo Rocha (2009, p. 9), as fórmulas de *game show* “são muito variadas, mas sempre associam entretenimento a jogo, o que pressupõe a competição com eixo central”.

O *Big Brother* é um exemplo de *game show* de maior sucesso com elevado índice de audiência em diversos países. O público desse tipo de programa se torna detetive, buscando descobrir quem é “verdadeiro” ou “falso” no jogo que cada *brother* faz. De acordo com Rocha “observar o outro, identificar o quanto existe de realidade e ficção no que é exibido, tornar-se voyeur e assistir à performance do exibicionista numa casa, que simula a vida doméstica, são elementos que reforçam a ideia de invasão de privacidade” (ROCHA, 2009, p. 9).

Em setembro de 1999, a empresa holandesa Endemol *Entertainment*, inspirada pelo projeto científico Biosfera 2<sup>2</sup> e pelo sucesso de sites pessoais, que mostravam por meio de webcams o cotidiano de internautas, lançava na televisão aberta holandesa um programa ainda mais audacioso que o da MTV norte-americana. Em *Big Brother*, dez desconhecidos de ambos os sexos e de diferentes estratos sociais foram confinados numa casa monitorada por câmeras ligadas durante vinte e quatro horas ao longo de dois meses. Pela primeira vez utilizava-se em um *reality show* os seguintes recursos: o confinamento e a captação ininterrupta de imagens (MENICONI, 2005, p. 12).

Assim, tornou-se sucesso em todo o mundo, gerando altos índices de audiência. Destaca-se por oferecer diferentes prêmios e grandes quantias em dinheiro. Os participantes além de competirem pelo prêmio principal, disputam a fama e a visibilidade nos meios de comunicação. O *reality* permite que seus competidores, até então anônimos, sejam inclusos no “mundo” da fama, garantindo reconhecimento do público e até torcida organizada. “Quanto mais o participante for notado de modo positivo pelo público, maiores serão as suas chances de permanecer na disputa. É o jogo pela visibilidade” (ROCHA, 2009, p. 8).

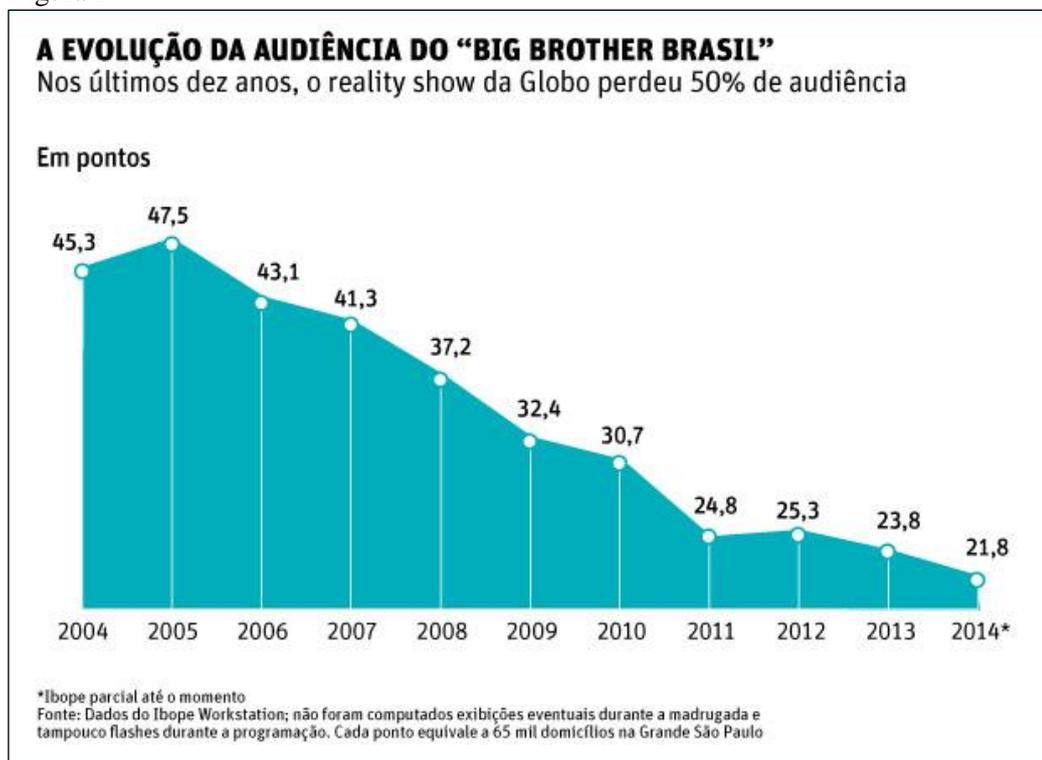
No Brasil, a Rede Globo, aproveitando o sucesso do *reality* como formato diferente dos demais, exhibe em 2002 a sua primeira edição que ficou conhecida como *Big Brother* Brasil (BBB). Homens e mulheres com formação cultural diferentes foram colocados em uma casa grande com câmeras espalhadas em todos os cômodos. Ferraz (2014, p. 26) afirma que a ideia que se tem ao ver o ambiente dos participantes do *Big Brother* é a de um local amplo e

confortável. A cada edição do *reality*, a produção transforma o ambiente da casa, deixando-a mais atrativa ao público e aos participantes.

O BBB é apresentado desde a sua estreia pelo jornalista Pedro Bial, conhecido por fazer coberturas importantes de fatos jornalísticos como a queda do Muro de Berlim em 9 de novembro de 1989. No *reality*, Bial deixa o lado formal com que apresenta os programas jornalísticos e de forma descontraída conduz o programa.

Ocupando a faixa no horário nobre da emissora, o *reality* está em sua décima quinta edição. Segundo a jornalista Fernanda Reis<sup>8</sup>, da Folha de São Paulo (2015), a audiência do BBB e de outros *reality shows* pelo mundo estão em baixa. A edição do BBB14 teve o pior desempenho da história, com uma média de 21,8 pontos em São Paulo. Cada ponto equivale a 67 mil domicílios na grande São Paulo. Em 2005, o BBB estava no auge e marcou 47,5 pontos. Na figura 1, é notável a perda de 50% de audiência.

Figura 1



Fonte: <http://f5.folha.uol.com.br/colunistas/>

<sup>8</sup> Reis, Fernanda. *Reality shows vivem queda de audiência e repercussão na TV*. Acesso em 1 de maio de 2015.

Para o jornalista José Armando Vannucci<sup>9</sup>, da Jovem Pan (2015), a última edição do *Big Brother Brasil* (BBB15) continuou com sua audiência em baixa, mesmo explorando o sexo, brigas e polêmicas. Apesar disso, existe grandes marcas patrocinando o *reality* que de certa maneira ainda gera “audiência” a emissora e se mantém líder no horário. Embora os dados em faturamento da atual edição, ainda não tenham sido publicados, estipula-se que tenha sido superior aos anos anteriores.

De acordo com o site da revista Exame<sup>10</sup>, as cotas de 2014 foram 12% mais caras que em 2013, R\$ 23,9 milhões. Só em patrocínios, o *reality show* da emissora já abocanhou cerca de R\$ 161 milhões. O programa também é conhecido por seus merchandisings. De acordo com levantamento feito pelo órgão Controle da Concorrência, a edição de 2013 teve um total de 544 ações de merchandising, número 60% maior do que em 2012, quando o programa teve 341 ações.

### **3 PAPO DE POLÍCIA: O REALITY SHOW DA VIDA REAL**

Os *reality shows* fazem sucesso expondo o cotidiano do outro, colocando a privacidade a vista de todos. Apresenta a realidade de atores sociais no dia a dia na tentativa de aproximação com o telespectador, através de sua vida íntima ou profissional. O Papo de Polícia possibilitou a população avaliar através dessa exposição, questionamentos sobre o trabalho policial das mulheres na Polícia Militar do Rio de Janeiro.

Dessa forma, a televisão se reapropria de representações que circulam na sociedade, revestindo-as de novas configurações e sentidos para depois rerepresentá-las aos sujeitos; daí, podermos tomar a televisão como um lugar privilegiado para observar a dinâmica das representações (MENICONI, 2005, p. 66).

Segundo Rocha (2009, p. 6) “mesmo quando informa, o *reality* deve entreter e, quando entretém, informar”. Dessa forma, o Papo de Polícia como não segue um roteiro específico, busca explorar de um modo diferente o choque da realidade à narrativa, com doses de informação e emoção misturadas a diferentes depoimentos pessoais de policiais que sempre estão na linha de frente do “combate”.

---

<sup>9</sup> Vannucci, José Arnaldo. **Mesmo com sexo, BBB 15 ainda amarga audiência baixa**. Acesso em 1 de maio 2015.

<sup>10</sup> Disponível em: <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/bbb-chega-a-edicao-14-com-faturamento-recorde-em-patrocínios/>. Acesso em 21 de maio de 2015

O *reality* Papo de Polícia não é um game show; não há jogadores competindo por algum prêmio. O “jogo” está relacionado a mostrar a realidade dos policiais dentro e fora do trabalho, divulgando o que o profissional faz no tempo livre e como é a sua relação com a família.

O Programa tem direção de José Junior, líder do Grupo Cultural AfroReggae, exibição no canal Multishow e mostra o outro lado das instituições de Segurança Pública, desfazendo alguns sentidos constituídos aos policiais. Exibido de 2011 a 2014, o *reality* possui quatro temporadas. Surgiu da ideia de apresentar o ponto de vista dos policiais, personagens reais nas diversas situações do cotidiano.

revela o íntimo de quem carrega o peso da farda. O programa mostra a realidade crua do cotidiano policial, desde a tensão das incursões em áreas de conflito, até os momentos mais calmos e pessoais. Assim, a série mostra a força, as convicções, a fé e até as dúvidas de homens e mulheres que escolheram servir e proteger<sup>11</sup> (AFROREGGAE, 12/03/2015).

O AfroReggae desenvolve diversos projetos sociais desde a década de 1990, oferecendo aos jovens, moradores de comunidade, uma alternativa de se profissionalizar; as inúmeras atividades estão voltadas para a produção artística, cultural e educacional, elevando o reconhecimento social do morador. Como afirma Caminhas e Lelo (2002), o grupo:

atua politicamente em prol do reconhecimento social do morador de favela, oferecendo oportunidades profissionais a jovens como alternativa ao tráfico e ao subemprego (como descrito no próprio site do Grupo), e atuando como uma instância mediadora entre os complexos institucionais formais e os contextos informais periféricos (CAMINHAS e LELO, 2002, p. 8).

Programas de televisão, publicações sobre temáticas sociais também fazem parte da sua missão. O Papo de Polícia é uma produção do Grupo AgroReggae.

que atua visando desconstruir determinados sentidos hegemonicamente constituídos sobre moradores de comunidades periféricas, mas que tem como artifício para este objetivo maior, neste caso, não o protagonismo do próprio morador na cena, mas de atores responsáveis tradicionalmente por os deslegitimarem no espaço público: os policiais (CAMINHAS e LELO, 2002, p. 8).

A TV, como meio de comunicação, consegue ser acessível a milhares de pessoas, atuando na vida de cada um e assumindo um papel importante no cotidiano. Assim, a

---

<sup>11</sup> Disponível em: <http://www.afroreggae.org/papo-de-policia/>. Acesso em 12 de março de 2015

televisão cria laços e assegura uma relação íntima com seu público. Para garantir audiência, cria-se estratégias de aproximação, um exemplo, é a produção de programas que mostram o dia a dia de pessoas comuns que se transformam em “celebridades” instantâneas.

A televisão atua como uma janela indiscreta, cuja vidraça se acomoda na tela de cristal que capta a realidade e reexibe-a em versão midiática. Uma versão que traduz a vida cotidiana como espetáculo e expõe a vida privada de anônimos em público. Os anônimos representam milhões de telespectadores que, dessa forma, assistirão a si mesmos. Trata-se de uma estratégia que legitima a TV como mídia doméstica” (ROCHA, 2009, p.4).

A cabo Flavia Louzada ficou conhecida em todo o Brasil após a exibição do *reality* Papo de Polícia em 2013, no canal pago Multishow, onde era a protagonista. O programa abordou a sua atuação policial e suas operações, assim como também a vida fora do batalhão. Louzada recebeu convites para participar de programas de TV em várias emissoras, como de Frente com Gabi, no SBT e Super Pop, na Rede TV. O Papo de Polícia deixou Louzada em evidência e a fez ser admirada pela paixão que tem pela profissão. Na figura 2, alguns comentários na página do SBT para a exibição da entrevista da Flávia no de Frente com Gabi em 15 de maio de 2013.

Figura 2



Fonte: <http://www.sbt.com.br/defrentecomgabi/>

O estereótipo da mulher “sexo frágil” é mais uma vez derrubado quando a Flávia Louzada é apresentada na TV. Há uma mudança na imagem de como ver a policial feminina. Hoje, a mulher ocupa espaços em diversos setores de trabalho, realidade diferente de

antigamente, onde homens “reinavam” praticamente em todos os setores. Os avanços da mulher moderna são visíveis e a luta contra o preconceito e discriminação transformam-se em uma conquista contínua, é o que afirma Assis (2009, p. 1): “de forma compassada, as mulheres conseguiram seus espaços e a igualdade entre os sexos. Hoje há muitas mulheres inseridas no mercado de trabalho como colaboradoras, mas, também, grande quantidade exercendo o papel de líder”.

A página oficial da Polícia Militar do Rio de Janeiro na rede social facebook (figura 3) traz uma homenagem a todas as mulheres policiais na imagem da Flávia Louzada. Reconhecimento dos bons trabalhos prestados a instituição.

Figura 3



Fonte: <https://www.facebook.com/pages/pmerjoficial>

No site oficial do grupo AfroReggae a terceira temporada é exposta como:

#### Batom no caveirão

Adrenalina. Paixão. Justiça. Sensibilidade feminina. A vida intensa e apaixonada da policial militar Flávia Louzada, 32 anos, solteira, sem filhos, nascida e criada no subúrbio do Rio de Janeiro. Segundo ela, que sonha em entrar para o Batalhão de Operações Especiais (BOPE), uma tragédia pessoal foi determinante para a escolha de sua profissão: “o tiro que matou a minha mãe fez nascer a policial Louzada.

## **4 A INSERÇÃO DAS MULHERES NA POLÍCIA MILITAR DO RIO DE JANEIRO: BREVE HISTÓRICO**

A partir da lei estadual nº 746, de 11 de novembro de 1981, as mulheres foram inseridas na instituição da Polícia Militar do Rio de Janeiro.

Fica criada, na Polícia Militar do Estado do Rio de Janeiro - PMERJ, a Companhia de Polícia Militar (Feminina) - Cia PM (Fem), com organização e efetivo estabelecidos nesta lei e no Quadro de Organização (BRASIL, Lei 746, Art. 1º).

Soares e Musumeci (2005) afirmam que a Companhia de Polícia Militar Feminina “admitiu sua primeira turma de 150 soldados em março de 1982, formada durante seis meses no Centro de Formação e Aperfeiçoamento de Praças (CFAP), sob o comando de policiais militares masculinos, já que não havia oficiais femininas” (SOARES e MUSUMECI, 2005, p. 29).

As mulheres que desejavam ingressar na Polícia Militar tinham que se adequar a determinadas exigências da corporação “[...] não poderiam ser casadas, nem estar grávidas, e só poderiam concorrer aquelas com idade entre 18 e 23 anos” (SOARES e MUSUMECI, 2005, p. 31).

O grau de escolaridade para concorrer as vagas eram as mesmas para o sexo masculino: ensino fundamental completo para soldados e o ensino médio completo para oficiais. Desde a primeira turma (1982), a escola de formação determinava que:

as mulheres cortassem seus cabelos no estilo “Joãozinho” e proibiu-se o uso de maquiagem e de jóias, exceto aliança (de noivado), relógio discreto e anel de grau – como se houvesse a intenção deliberada de assexuá-las ou de minimizar os signos usuais de feminilidade” (SOARES e MUSUMECI, 2005, p. 32).

Ainda de acordo com as autoras, em 1983 abriu uma turma para 14 cadetes; o curso tinha duração de 3 anos e foi realizado na Escola de Formação de Oficiais (EsFO). As primeiras oficiais usavam como “nome de guerra” o sobrenome, dificultando diferenciá-las dos homens, principalmente quando estavam todas em forma, não havia como identificar as policiais no meio de tantos homens. A partir da chegada de um novo comandante, as policiais femininas puderam realmente ter destaque como mulher.

Após a formação da primeira turma inicial em 1982, como afirma Soares e Musumeci (2005, p. 34) “o plano deixava claro que o trabalho deveria ser realizado em locais e horários nos quais a PMFem (policia militar feminina) pudessem desfrutar boas condições de

segurança e enfrentassem somente riscos compatíveis com a sua condição de mulheres”. Elas iriam trabalhar primeiramente no policiamento de trânsito e no policiamento ostensivo de terminais rodoviários, ferroviários e aeroviários.

As mulheres foram inseridas na PM com o objetivo de suavizar a imagem da instituição. “A elas eram atribuídas às tarefas de humanização da polícia, a fim de reconstruir uma imagem menos repressiva [...] utilizando-se da imagem da mulher maternal, feminina, condições que lhe foram naturalmente atribuídas ao longo da história” (BRAGA, 2012, p.5).

Há várias décadas a mulher vem lutando e passando por diversas transformações para alcançar seus objetivos e assim garantir um lugar de destaque em nossa sociedade. “A busca pelo reconhecimento de um trabalho produtivo e eficiente, independentemente de ser mulher, constitui-se no desafio de muitas que estão inseridas no policiamento operacional atualmente” (BRAGA, 2012, p.22).

Com um número pequeno de mulheres participando do serviço operacional (serviço de rua) torna-se difícil obter a “confiança” dos colegas homens de imediato, diferente do que ocorre na população. Em uma entrevista dada ao site da revista Veja, Flavia Louzada afirma:

É muito escasso o número de mulheres na rua, no meu batalhão mesmo só tem mais uma que trabalha assim. Os meninos ficam com receio porque há poucas mulheres nas ruas e eu até entendo essa preocupação. Quando você entra com uma equipe em uma favela ou alguma operação mais perigosa, é como se entregasse sua vida ao colega. Não é nem preconceito dos rapazes, é uma espécie de autodefesa. Quanto menos preocupação a gente tem em uma hora difícil, melhor, então eles ficam muito inseguros. Por outro lado, acho que a população confia mais em mulher. No Complexo do Alemão, muitas pessoas eram obrigadas por bandidos a guardar armas e drogas em suas casas, mas elas não chegavam no policial homem para falar, elas chegavam em mim. Como eu fumo, eles me ofereciam uma caixa de fósforos com um mapa com a localização dos objetos. Eu vi que a população chega mais em mim quando quer pedir alguma coisa do que em um homem. Eu já peguei na viatura vítimas de violência doméstica e estupro e percebi que elas rejeitam os homens ao mesmo tempo em que elas me procuram. Acho que nessa parte eu levo vantagem (LOUZADA, rev. Veja 27/04/2013).

As mulheres policiais transformam os espaços onde são inseridas e levantam discussões do cotidiano social. De acordo com Soares e Musumeci (2005, p.13) essa transformação se dá “por meio da humanização, intermediação de conflitos, tratamento diferenciado das questões envolvendo gênero, minimização de mortes”.

## 5 EPISÓDIOS ANALISADOS

A terceira temporada do Papo de Polícia, nosso objeto de estudo deste artigo, exibido entre os dias 22 a 28 de abril de 2013, conta com 7 episódios de aproximadamente 13 minutos de duração; apresenta a policial militar Flavia Louzada, lotada no 22º Batalhão da Polícia Militar do Rio de Janeiro; única mulher a participar da tomada do Complexo do Alemão em 2010. Essa temporada surge para mostrar ao público a sensibilidade feminina, o lado da mulher forte sem perder a essência.

[...] a sua imagem será transmitida a milhões de pessoas e todo mundo vai saber por um instante, ainda que pequeno, ainda que passageiro, quem você é [...] a TV [...] transmite a realidade ao mostrar gente como a gente, o nosso cotidiano (ROCHA, 2009, p.1).

Os episódios apresentados no Papo de Polícia, mostram a rotina da policial em ação, no centro espírita, no pagode, trabalhando em seu outro emprego<sup>12</sup>; com isso passou a ser reconhecida por milhares de pessoas e admirada pelo seu trabalho. Essa temporada oferece a possibilidade de reflexão, um maior conhecimento dos espectadores na importância do trabalho feminino dentro da instituição da Polícia Militar e a evolução na construção da sua imagem. Dos sete episódios desta temporada foram escolhidos quatro para análise, nos quais se ressalta as temáticas abordadas que foram ao ar na TV.

### EPISÓDIO 1 – 22/04/2013

O primeiro episódio exibido no dia 22 de abril é uma volta ao passado. Apresenta uma mulher que escolheu seguir a carreira na Polícia Militar do Rio de Janeiro após o assassinato de sua mãe, a professora Maria Helena Martins Pedra Louzada, em 16 de outubro de 1991 em um colégio estadual na Vila Kosmos, bairro da zona norte do Rio de Janeiro. Na época, a então hoje Cabo Flávia Louzada tinha apenas 11 anos.

Nas primeiras cenas apresentadas, Flávia visita a escola onde sua mãe foi vítima de um crime. O assassinato aconteceu em frente ao colégio onde lecionava e o suspeito é um aluno que sempre era repreendido por portar arma de fogo em sala de aula.

---

<sup>12</sup> Ela possui um “táxi para animais”, carro que adaptou para o transporte de animais domésticos para os pet shops.

Dos 11 aos 14 anos, Flávia cresceu revoltada por não ter mais a mãe ao seu lado e nessa revolta, o desejo de justiça cresceu e se tornar policial era uma forma de ajudar outras pessoas a não passar pelo que ela viveu. A “bala” que atingiu sua mãe fez nascer a policial que é hoje, como ela afirma.

No decorrer do episódio mostra que a protagonista se formou em Educação Física no ano de 2004 (ela preferiu concluir o curso superior primeiro para depois prestar concurso para a Polícia Militar, pois sabia da dificuldade que era conciliar as escalas de trabalho com as aulas da universidade) e em 2005 prestou concurso para a Polícia; 2006 entrou para o CEFAP (Centro de Formação e Aperfeiçoamento de Praças) para fazer o curso de soldado.

O curso tem duração de 6 meses. Flávia relata que do quarto para o quinto mês, diante de uma instrução de corrida acabou quebrando o fêmur; mesmo de cadeira de rodas consegue concluir o curso. Após um período imobilizada, ficou apta para o exercício profissional e foi lotada para o 16º Batalhão, área do Complexo do Alemão. Nesse primeiro episódio a produção do programa mostra o lado família e a transformação na mulher policial operacional. O início de tudo.

## **EPISÓDIO 2 – 23/04/2013**

O segundo episódio exibido em 23 de abril inicia-se com o comandante do 22º Batalhão (lotação de trabalho da Louzada), Ten.Cel. Rodrigo Sanglard falando sobre a área do batalhão que tem 16 comunidades ao redor e a dificuldade de controlar toda essa área; onde as três vias de importância para a cidade do Rio de Janeiro (Av. Brasil Linha Vermelha, Linha Amarela) passam por dentro da área do batalhão, na qual existe duas facções criminosas (Comando Vermelho e 3º Comando) e uma Milícia.

O episódio continua com uma operação feita na comunidade Nova Holanda, que se localiza por trás do batalhão. Mesmo com a presença policial, moradores continuam nas ruas e não se intimidam. Percebe-se na filmagem que pouco tempo depois os bandidos começam a atirar; um detalhe interessante é que a polícia não responde, pois o risco de um inocente ser alvejado por uma “bala” perdida é grande. A equipe de produção que acompanha a policial e os outros na operação se assusta com o tiroteio iniciado e deita no chão na tentativa de se proteger.

Louzada afirma que gosta de ação, do trabalho nas ruas, do operacional e não se identifica com o trabalho administrativo dentro do batalhão, onde grande parte das mulheres que escolhe a carreira policial preferem estar. Ela confessa que para não entrar em desespero numa operação com troca de tiros, imagina que está em um filme de ação onde se vê tudo de longe.

#### **EPISÓDIO 4 – 25/04/2013**

O quarto episódio, exibido em 25 de abril, tem início com cenas do Complexo do Alemão, comunidade considerada o “quartel general do crime organizado”. Flávia conta um pouco sobre a sua experiência na ocupação do Complexo do Alemão junto com as forças de segurança em novembro de 2010. Essa operação foi uma das maiores da história da Polícia Militar do Rio de Janeiro e ela foi a única mulher a participar da ocupação.

Figura 4



**Fonte:** <http://globo.com/multishow/papo-de-policia>

Muitos policiais reformados se prontificaram a ajudar e foram para a porta do batalhão, assim como policiais da ativa em dias de folga. A própria Louzada estava de folga, mas ao receber um telefonema informando sobre a ocupação decidiu ir para o batalhão. A comoção foi gerada porque nesta área muitos amigos morreram em confronto com os bandidos. Este território era julgado pelo próprio estado de “perdido”.

Flávia relata que estava em um blindado com 30 policiais adentrando na comunidade e que em um determinado ponto desembarcou um capitão e cinco praças (ela era uma das praças). O blindado seguiu em frente, mas logo depois enguiçou. Começaram os tiros vindos da mata; os policiais contavam apenas com um muro estreito que não possibilitava “barrar” os tiros e granadas. Os estilhaços de uma granada acabaram furando o coturno da Louzada atingindo sua perna. Ela e os outros policiais se viram cercados e com pouca munição, mas com a ajuda de um outro blindado (conhecido com caveirão) que foi avisado sobre a localização dos cinco conseguiu resgatá-los.

O episódio mostra também a comunidade após a expulsão dos bandidos e a implantação da UPP (Unidade de Polícia Pacificadora). A Polícia Militar implantou alguns projetos sociais no Complexo do Alemão (unidade pacificada), no *reality* é exibido “Colônia de Férias – UPP dos Prazeres”, mostra a dedicação de algumas militares à frente do projeto. A polícia passa a ser bem vista dentro da comunidade, tendo mais proximidade com a população.

A UPP é um dos mais importantes programas de Segurança Pública realizado no Brasil nas últimas décadas. Implantado pela Secretaria de Segurança do Rio de Janeiro, no fim de 2008 [...] foi elaborado com os princípios da polícia de proximidade, um conceito que vai além da polícia comunitária e tem sua estratégia fundamentada na parceria entre a população e as instituições da área de Segurança Pública. A pacificação ainda tem um papel fundamental no desenvolvimento social e econômico das comunidades, pois potencializa a entrada de serviços públicos, infraestrutura, projetos sociais, esportivos e culturais, investimentos privados e oportunidades<sup>13</sup>.

## **EPISÓDIO 6 – 27/04/2013**

Exibido no dia 27/04, o sexto episódio não diferente dos outros, inicia com mais uma equipe em operação na comunidade. O Sargento Oly Biage (esteve com Louzada na ocupação do Complexo do Alemão em 2010) elogia e fala da competência da mesma; que no meio de tantos homens, mantém postura firme e não se difere dos outros por ser mulher. O mesmo afirma que com o tempo de polícia que tem nunca viu uma mulher policial como Flávia.

O episódio segue com Flávia falando sobre sua formação em Educação Física, a necessidade de estar frequentando academia para manter um bom condicionamento físico, indispensável para o trabalho que exerce. Afirma que durante o final da faculdade decidiu

---

<sup>13</sup> [http://www.upprj.com/index.php/o\\_que\\_e\\_upp](http://www.upprj.com/index.php/o_que_e_upp). Acesso em 29 de março de 2015

participar de concursos de fisiculturismo e que ganhou alguns campeonatos. Tempo depois teve que deixar as competições por causa de uma fratura no fêmur em treino de uma das etapas do concurso da Polícia Militar.

Em seus raros momentos de lazer, a policial diz gostar de estar na rede social facebook, onde expõe suas ideias e mostra a rotina da vida de um policial. Curte shows com amigos e não sai sem sua arma, uma pistola 40.

O programa mostra que a policial leva uma vida normal fora da instituição. Como mulher, não deixa de cuidar do visual, mesmo com a falta de tempo consumido pelo trabalho, que é sua paixão.

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os *realities* de modo geral apresentam baixo custo de produção e conseguem aumentar a audiência; exploram temas de interesse dos espectadores que esperam vivenciar o cotidiano do outro. Esse formato de gênero televisivo tem grande aceitação; na década de 70 causou uma euforia nos meios de comunicação, mudando os formatos, a maneira de se fazer televisão. Tais formatos, apenas despertam o interesse do telespectador em conhecer fatos da vida de anônimos.

A proposta da terceira temporada do Papo de Polícia evidencia o crescimento da atuação da mulher em áreas antes exclusivamente masculina. Sua abordagem contribui para o processo da desconstrução da mulher como sexo frágil, expondo as formas de atuação e da própria postura policial, sem perder a sua feminilidade.

O programa permitiu que esse estereótipo implantado por uma sociedade machista seja revisto. Atualmente, a mulher vem mostrando a sua força e garra para encarar os inúmeros desafios do mercado de trabalho, principalmente as policiais femininas. Inseridas inicialmente no serviço militar com a missão de aproximar polícia e sociedade, as mulheres passaram em um curto espaço de tempo a ocupar os altos cargos do comando policial, conquistando aos poucos o seu espaço na instituição.

Produções de TV, como o Papo de Polícia, contribuem para que se conheça um pouco sobre a realidade de pessoas que escolheram servir e proteger a sociedade. O programa desconstrói estereótipos atribuídos aos policiais e tenta reestabelecer laços de confiabilidade

com a sociedade; uma vez que a grande maioria da população se sente insatisfeita com o trabalho da instituição que tem a responsabilidade de protegê-los.

Dessa forma, o *reality* em seus episódios mostrou ao público o trabalho de uma profissional, mulher guerreira, que ama o que faz e não tem medo de ser o que ela é; que teve sua infância destruída devido a violência urbana e que usou a sua dor para ir em busca do sonho de justiça e com isto ajudar outras pessoas a não passar pelas mesmas circunstâncias.

### **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

ASSIS, Rosiane Hernandez de. **A inserção da mulher no mercado de trabalho**. Disponível em: [http://www.convibra.org/2009/artigos/140\\_0.pdf](http://www.convibra.org/2009/artigos/140_0.pdf) . Acesso em: 13 mar. 2015

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1997.

BRAGA, Claudomilson Fernandes. CIRINO, José Antônio Ferreira. **Representações Sociais e Comunicação [recurso eletrônico]: diálogos em construção**. Goiânia: UFG/FIC/PPFCOM, 2015.

BRAGA, Élide Damasceno. **Mulheres policiais nas unidades operacionais da PMSE: surpresas e mobilidade em meio às práticas ostensivas**. 36º encontro anual da ANPOCS. (NPPCS/UFS) Sergipe, 2012.

CAMINHAS, Lorena Rúbia Pereira. LELO, Thales Vilela. **Regimes de visibilidade midiática: das possibilidades (e contradições) da mobilidade simbólica dos moradores de favela em programas televisivos**. Anais do V Seminário Nacional Sociologia & Política 14, 15 e 16 de maio de 2014, Curitiba – PR

FERRAZ, Geovanni Garcia. **É Hora de espiar [manuscrito]: uma análise a décima edição do Big Brother Brasil**. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Comunicação Social). UEPB, 2014.

MATEUS, Samuel. **Reality Show – Uma análise de gênero**. Revista Comunicando, v.1, n.1, dezembro, 2012.

MENICONI, Joana. **De olho no Big Brother Brasil: a performance medida pela TV**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.

RECKZIEGEL, Tânia Regina Silva. **A ascensão da mulher brasileira**. Disponível em: <http://wp.clicrbs.com.br/opiniaozh/2014/03/07/artigo-a-ascensao-da-mulher-brasileira/>. Acesso em 21 de maio de 2015

ROCHA, Debóra Cristine. **Reality TV e Reality Show: ficção e realidade na televisão.** Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – E-compós, Brasília, v.12, n.3, set./dez. 2009.

SOARES, Barbara Musumeci. MUSUMECI, Leonarda. **Mulheres Policiais: presença feminina na Polícia Militar do Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2005.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 1998.

<http://www.afroreggae.org/papo-de-policia/>. Acesso em 15 de março de 2015

<http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/contlei.nsf/f25edae7e64db53b032564fe005262ef/6d809d7ffcd75ad003256586007ecdd6?OpenDocument/>. Acesso em 30 de abril de 2015

<http://blogtangaraense.com.br/no-dia-internacional-da-mulher-policiais-militares-derrubam-os-estereotipos-de-sexo-fragil/>. Acesso em 10 de março de 2015

<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/bbb-chega-a-edicao-14-com-faturamento-recorde-em-patrocinios/>. Acesso em 19 de maio de 2015

<https://www.facebook.com/pmerjoficial/photos/a.898654460156113.1073741828.898099446878281/903423889679170/?type=1&theater/>. Acesso em 13 de março de 2015

<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/01/1576028-reality-shows-vivem-queda-de-audiencia-e-repercussao-na-tv.shtml/>. Acesso em 01 de maio de 2015

<http://globo.com/multishow/papo-de-policia/t/todos-os-videos/v/t03ep04-para-louzada-a-ocupacao-mais-marcante-foi-a-do-complexo-do-alemao/2537934/>. Acesso em 29 de março de 2015

<http://jovempan.uol.com.br/videos/entretenimento/parabolica/mesmo-com-sexo-bbb-15-ainda-amarga-audiencia-baixa.html>. Acesso em 01 de maio de 2015

<http://promoview.com.br/patrocinio/270358-santander-renova-com-papo-de-policia-do-multishow/>. Acesso em 22 de maio de 2015

<http://www.sbt.com.br/defrentecomgabi/noticias/12384/De-Frente-Com-Gabi-recebe-a-policia-Flavia-Louzada-nesta-quarta-.html#.VX9vNUYm9ps/>. Acesso em 12 de março de 2015

<http://veja.abril.com.br/noticia/entretenimento/as-pessoas-confiam-mais-em-mim-por-ser-mulher-diz-policia-militar>. Acesso em 20 de abril de 2015

<http://vejario.abril.com.br/materia/servicos/papo-de-policia-flavia-louzada-afroreggae/>. Acesso em 22 de maio de 2015