

A CPI da Pandemia da Covid-19 e as eleições de 2022 para o Senado: As aproximações com o conceito de reality show

The Covid-19 Pandemic CPI and the 2022 Senate elections: Approaches to the reality show concept

*Jaciane Freire Santana*¹

Universidade Federal Pernambuco

jacifreire@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-3020-7227>

*Sheila Borges de Oliveira*²

Universidade Federal Pernambuco

sheila.boliveira@ufpe.br

<https://orcid.org/0000-0002-2614-2344>

https://doi.org/10.14195/2183-6019_17_10

Abstract:

The COVID-19 Parliamentary Inquiry Commission (CPI) was one of the most trending topics in 2021 in Brazil, affecting 2022 election campaign. This paper analyzes whether the transmission of the CPI by TV Senado, a legislative broadcaster created in 1996, approaches the CPI to the reality show concept. This investigation evaluated the use of the sessions on senators Omar Aziz and Otto Alencar's Instagram accounts during 2022 campaign. Theoretically, we used the concepts of society of the spectacle (Debord, 1967) and reality show (Feldman, 2008) and (Bazo, 2011). Methodologically, we conducted qualitative research, according to Minayo (2013), and a content analysis, based on Bardin (2011). In the analysis, we noticed that there were possible approximations of the CPI with a reality show, but the commission was the setting for a political show (Rubim, 2003) not entertainment. Its repercussions were used to give visibility to the mandates of senators who were re-elected.

Keywords: Political spectacle; reality show; Pandemic CPI; Elections 2022.

Resumo

A Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Pandemia da Covid-19 foi um dos assuntos mais comentados em 2021 no Brasil, repercutindo na campanha eleitoral de 2022. Este artigo analisa se a transmissão da CPI pela TV Senado apresenta elementos que indiquem uma aproximação da CPI com o conceito de reality show. Estuda como as sessões foram utilizadas no Instagram dos senadores Omar Aziz e Otto Alencar na campanha de 2022. Teoricamente, usa os conceitos de sociedade do espetáculo (Debord, 1967) e reality show (Feldman, 2008) e (Bazo, 2011). Metodologicamente, realiza uma pesquisa qualitativa (Minayo, 2013) e uma análise de conteúdo (Bardin 2011). A análise indica aproximações possíveis da CPI com um reality show, mas a comissão foi cenário para um espetáculo político (Rubim, 2003) e não de entretenimento, concluindo que sua repercussão foi utilizada para dar visibilidade aos mandatos dos senadores que se reelegeram.

Palavras-chave: Espetáculo político; *reality show*; CPI da Pandemia; Eleições 2022.

1 Mestra em Ciência da Informação e graduada em Biblioteconomia pela Universidade Federal de Pernambuco. Bibliotecária da UFPE.

2 Professora adjunta do Núcleo de Design e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. Doutora em Sociologia e mestra em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

Introdução

A Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Pandemia da Covid-19 foi instaurada no âmbito do Senado Federal Brasileiro em 4 fevereiro de 2021, com o intuito de investigar ações e omissões do governo federal no enfrentamento à pandemia da Covid-19 e, em especial, ao agravamento da crise no Amazonas, ocorrido no dia 14 de janeiro daquele ano, quando o estoque de oxigênio acabou em diversos hospitais de Manaus e pacientes internados pela Covid-19 vieram a óbito "Randolfe protocola", 2021). Naquela época, o Brasil registrava 228.883 vítimas (Brasil, 2021a) e no Amazonas, naquele dia, 8.716 pessoas morreram com a doença. A CPI começou em 27 de abril de 2021, sob a presidência do senador Omar Aziz (PSD-AM), e encerrou em 26 de outubro do mesmo ano. Quando o relatório final foi aprovado, o Brasil registrava 600.293 mil mortes pela Covid-19 ("Brasil", 2021c).

A CPI esteve presente no dia a dia dos brasileiros e, mesmo com os trabalhos oficialmente concluídos, ainda seguiu como tema de pauta da mídia tradicional e independente.

A TV Senado transmitiu ao vivo as reuniões da CPI na grade de programação de seu canal na televisão aberta e em suas redes sociais, a exemplo do YouTube, na qual teve repercussão significativa, indicada pelo aumento de seguidores e audiência com a sua transmissão. No dia 11 de junho, o canal tinha 839 mil inscritos, 116,6 mil a mais desde que a CPI da Pandemia começou (Monteiro, 2021) e, antes do seu fim, alcançou a marca de um milhão de inscritos com visualizações que registraram altos índices.

Desde o início dos trabalhos, os números da audiência cresceram em contínuo ("CPI da Pandemia", 2021a). Segundo a pesquisa XP/Ipespe, realizada pela XP Investimentos, entre os dias 7 e 10 de junho de 2021, 76% da população acompanhava as reuniões da Comissão. Durante o mês de julho, o Instituto DataSenado verificou que 73% dos brasileiros sabiam da existência da CPI, número maior do que o registrado em maio (65%). Nesse grupo, 67% afirmaram estar acompanhando os trabalhos da CPI. De acordo com o *Google Trends*, ferramenta que mostra os termos mais buscados em um período, a repercussão da

CPI atingiu picos de popularidade que deram mais visibilidade à TV Senado na transmissão das atividades dos senadores. Observou-se, também, o uso da CPI na campanha eleitoral de 2022, tomando como exemplo o Instagram dos senadores Omar Aziz e Otto Alencar (PSD/BA).

Na grande imprensa, a jornalista Adriana Ferraz, do "O Estado de São Paulo", comparou a CPI da Pandemia com um *reality show*: "O enredo é trágico, os personagens vestem o figurino indicado (com papéis bem definidos), há periodicidade na apresentação dos capítulos e o final pode ser surpreendente" (Ferraz, 2021). Marco Teixeira, da Fundação Getúlio Vargas, aponta como possíveis motivos para tal interesse: o impacto do tema na vida de muitas pessoas, a existência de 'personagens' que são bons e travam duelos retóricos dignos de um espetáculo e os temas tratados que são de domínio público (Ferraz, 2021).

Nesse contexto, buscamos identificar, primeiro, que elementos e aproximações são possíveis entre as características de um *reality show* e as transmissões das reuniões da CPI da Pandemia, tomando como

referência Debord (1967), Feldman (2008) e Bazo (2011). Depois, diante de tanta visibilidade, torna-se relevante para o campo da comunicação estudar esse fenômeno social, já que a CPI constituiu um palco de projeção de membros da comissão em ano pré-eleitoral, e analisar como esses dois senadores, que se reelegeram, utilizaram nas suas campanhas eleitorais de 2022, no Instagram, o trabalho que desempenharam na CPI.

Referencial Teórico

Não há um consenso quanto ao surgimento da primeira CPI, mas acredita-se que foi entre os séculos 14 e 17 na Grã-Bretanha. Alencar (2005) afirma que da antiga Inglaterra os inquéritos parlamentares chegaram às suas colônias no Novo Mundo, onde foram realizados mesmo após a independência. No Brasil, há o registro em 1826 de um grupo de deputados e senadores que analisou as condições do Banco do Brasil. Apesar de não se intitular como tal, na prática, o grupo se propôs a fiscalizar, que é o principal objetivo de uma CPI (Morais, 2013). A CPI está prevista

na Constituição Federal de 1988, no art. 58, determinando que elas atuem com poderes de investigação como as autoridades judiciais.

Os dados gerais, do relatório final da CPI da Pandemia, após as 67 reuniões realizadas, indicam: a apresentação de 1.582 requerimentos, dos quais 1.062 foram apreciados; a aprovação de 251 transferências de sigilo (fiscal, bancário, telefônicos e telemáticos), a expedição de 2.669 ofícios, bem como 2.792 documentos recebidos; 71.957 arquivos com documentos de acesso irrestritos e 4.251.840 com documentos sigilosos (Brasil, 2021b).

É interessante destacar a visibilidade e a repercussão que esta CPI teve durante sua execução. As reuniões foram transmitidas pela TV Senado e retransmitidas por diversos canais televisivos, do YouTube ou até mesmo em outras plataformas como Instagram ou Facebook, sempre a partir do sinal da TV Senado. A emissora é um canal de comunicação pública e legislativa brasileira que acompanha as atividades dos parlamentares, além de transmitir ao vivo as atividades do Senado

Federal, também produz jornalismo diário, programas jornalísticos de entrevistas, documentários, conteúdos culturais e institucionais.

A seguir, buscamos caracterizar o gênero televisivo *reality show* para analisar suas aproximações com as sessões da CPI da Pandemia. Há diversos estudos que abordam a temática dentro da perspectiva da psicologia, psicanálise, semiótica e ciências comportamentais, entretanto, para este artigo, optou-se pelo conceito de Bazo (2011) para fundamentar as categorias de análise. Para ele, os *realities shows* são espetáculos de convivência entre atores que agem, espontaneamente, para sobreviver diante de seus oponentes, expostos aos olhares de câmeras colocadas de forma estratégica para vigiá-los. Na CPI da Pandemia, há uma analogia possível, já que houve uma convivência entre senadores e depoentes. Além disso, a CPI estava dividida em grupos (governista, opositores e independentes) que competiram entre si.

Bazo também se refere à exposição, fato marcante dessa comissão pela audiência alcançada nos diversos canais e plataformas de exibição. Essa

visibilidade foi abordada tanto na própria TV Senado, como nas redes de televisão privadas. Um relatório de audiência da TV Senado, divulgado pelo portal Metrópole, indicava que o total de visualizações nos dois primeiros meses de CPI foi de 34,4 milhões, com uma média de 582 mil por dia, 13 vezes maior do que a média anterior à comissão (Said, 2021).

A exposição e visibilidade são questões centrais no contexto dos *realities shows*, no qual o exemplo mais famoso é o Big Brother. Contudo, Martino (2014) apresenta um programa que estreou nos Estados Unidos em 1973: *An American Family*, um dos primeiros *realities*, no qual a família Loud foi filmada diariamente por dezesseis horas ao longo de seis meses e que atingiu a marca de audiência de 10 milhões, o que, para o autor, é um número relevante. O formato do programa se assemelhava a um documentário e o casal principal se divorciou diante das câmeras, o que gerou diversas discussões por parte do público (Martino, 2014). Só em 1999, o Big Brother foi patenteado pela empresa holandesa Endemol. Após sua estreia, os *realities shows*

se espalharam e se tornaram tendência internacional no audiovisual, com presença permanente nas mais diversas mídias por meio da pluralidade de formatos, da horizontalidade das formas de produção, exibição e circulação (Feldman, 2008).

O gênero *realities shows* proporciona um espetáculo, como alternativa de fuga de uma realidade problemática, pois oferecem aos espectadores temas de conversa, a ser utilizados em comparações com situações e comportamentos do dia a dia (Saraiva, 2006). Debord, em 1967, já defendia que a sociedade vivia em função do espetáculo, o qual “constitui um modelo atual da vida dominante da sociedade” (Debord, 1967, p. 23). Assim, qualquer indivíduo pode se exibir e aparecer para o público na sociedade do espetáculo, podendo também desempenhar vários papéis. Debord revela essa potencialidade de estatuto midiático, uma vez que esse alcançou uma importância superior ao valor daquilo que realmente é. E é “normal que este estatuto seja facilmente transferível e confira o direito de brilhar, da mesma maneira, seja onde for” (Debord, 1967, p. 101).

Numa perspectiva mais atual, Rubim apresenta o espetáculo como um momento e um movimento inerente à vida em sociedade, de modo similar às encenações, ritos, rituais, representações, papéis, etc. Assim, o espetáculo deve ser compreendido como algo primordial às sociedades humanas e presente em praticamente todas as instâncias sociais, dentre elas, o poder político e a política (Rubim, 2003). Historicamente, o espetáculo é anterior ao aparecimento da mídia, entendida como aparato sociotecnológico, utilizado para a comunicação social, e sua produção estava ligada aos campos da política e/ou da religião. Apenas na modernidade e, de forma vertiginosa, na contemporaneidade, o espetáculo passa a ser produzido no campo midiático (Rubim, 2005).

Se no passado a política era exercida pela força e violência, na contemporaneidade, são a argumentação, o convencimento e a pressão não violenta e não corrupta que se tornam “expedientes legítimos para a conquista e manutenção do poder político” (Rubim, 2003, p. 5). Nesse sentido, o espetáculo passa a ser produzido como

um modo de sensibilização que visa à disputa de poder, um demarcador de legitimidade política e, “portanto, não aparece como estranho à política, apesar do deslocamento acontecido” (Rubim, 2003, p. 5).

Segundo Rubim (2003), o espetáculo é um produto social, enquanto a espetacularização é um processo que, acionando certos dispositivos e recursos, produz o espetáculo. O autor ainda especifica que tais dispositivos e recursos são produzidos pela intensidade das dimensões do ato ou evento, como o drama presente no enredo, no qual os recursos visuais e sonoros são essenciais, tais como: “os movimentos, os gestos, os corpos, as expressões corporais e faciais, o vestuário, os cenários, a sonoridade, as palavras, as pronúncias, as performances (...) e outros não enunciados” são responsáveis por atrair a atenção, criar caráter público e produzir os signos e significados planejados (Rubim, 2003, p. 8).

Dessa forma, os processos de espetacularização, sejam midiáticos ou não, podem abranger todas as esferas cotidianas dos campos sociais, atingindo um patamar na sociedade

contemporânea que, diante de suas características, pode ser nomeada como uma “sociedade do espetáculo”, de Debord. Rubim, por sua vez, compreende que tal termo pode expressar o mundo contemporâneo, entretanto, não considera, necessariamente, que vivemos uma sociedade espetacular, porque os postulados de Debord, em geral, mantêm um tom de manifesto e são balizados de forma negativa.

Para Debord, a presença intensa do espetáculo no cotidiano dos indivíduos tende a ocasionar, nesses atores, uma certa passividade e aceitação do sistema dominante, imposto pela ordem midiática. Rubim (2003), ao redefinir e atualizar esse conceito na contemporaneidade, considera que a sociedade do espetáculo se vincula à capitalização da informação e da comunicação e à crescente relevância da economia do espetáculo. Além disso, defende que, na atualidade, o espetáculo é intrínseco à vida em sociedade, pois a afeta diretamente ao se tornar independente dos campos religioso e político e se integrar ao cultural.

Como tudo é passível de espetáculo, inclusive, o cotidiano de pessoas comuns se torna atrativo.

Compreender e identificar as características, reconhecendo a eficácia de audiência *dos realities shows* não significa, entretanto, que se endossa o discurso do programa, que se apresenta como uma experiência participativa de relacionamento humano. Chaves e Dantas (2020) consideram o *reality show* como sendo um tipo de produto midiático que acontece no âmbito das interações, uma vez que concede ao público o poder decisório sobre quem ganha ou perde a competição.

Diante da identificação do público com o gênero, seria possível inferir que a CPI da Pandemia se transformou em um *reality show*, pois foi essa mesma audiência que acompanhou os senadores em 2021. Para atrair a audiência, membros da comissão utilizaram cenas de suas participações na CPI durante a campanha eleitoral de 2022, a exemplo dos senadores Aziz e Alencar, que ocorreu entre os dias 16 de agosto e 1 de outubro.

No estudo de caso, apresentado a seguir, esse fenômeno será analisado por meio de um recorte da campanha realizada no Instagram desses senadores. A escolha do recorte se deve à

relevância desta rede social, criada em 2010, que atualmente mobiliza mais de um bilhão de usuários. O Brasil é o segundo país em número de usuários, só perde para os Estados Unidos (D'Angelo, 2022). Nesta pesquisa, voltaremos a atenção à ferramenta do feed, do Instagram, observando as postagens de dois senadores, que se reelegeram, para verificar de que forma deram publicidade ao trabalho da CPI durante a campanha eleitoral de 2022.

Metodologia

Em relação à metodologia, vamos nos lastrear em uma pesquisa qualitativa, pois tal abordagem possibilita desvelar os processos sociais. Assim, trata-se de uma pesquisa social, visto que qualquer tema a ser investigado, geralmente, não se apresenta de forma isolada, comumente os objetos de pesquisa estão intrinsecamente relacionados com contexto social e histórico que os circundam (Minayo, 2013).

Como método de investigação adotamos a análise de conteúdo (Bardin, 2011), aplicada tanto na análise das

reuniões da CPI da Pandemia, como do conteúdo dos senadores Aziz³ e Alencar⁴ no Instagram. Para a análise das reuniões de 2021, recortamos 12 dias, perpassando todo o período das reuniões da Comissão da CPI, coletando dados referentes ao início, meio e fim do seu trabalho. Já para as postagens do Instagram, optou-se por considerar todo o período da campanha eleitoral de 2022, 16 de agosto a 1 de outubro.

Para atender ao objetivo proposto, foi elaborada uma matriz com as categorias da análise de conteúdo para as transmissões das reuniões da CPI. Essas categorias foram criadas a partir do conceito de *reality show* de Bazo (2011), que especifica questões pertinentes às reuniões da comissão, como convivência, sobrevivência e competição entre os atores, culminando nas seguintes categorias: 1) Competição entre os indivíduos, 2) Referência direta ao *show business*, 3) Referência direta aos *Realities shows*, 4) Citações de celeridades, 5)

Interlocução com as redes sociais e 6) Convivência pacífica entre os atores.

A amostragem da pesquisa compreende os dias de trabalho, com reuniões da CPI da Pandemia, sendo consideradas para a análise aquelas que tiveram depoimentos ou audiências públicas, totalizando 64 reuniões. Deste universo, foram analisadas as reuniões dos 12 dias que contemplam o marco temporal da comissão, isto é, 18,75% do total das reuniões. A partir desse recorte, a análise recaiu para os dias: 4, 5 e 6 de maio (a primeira fase, o início); 13, 14 e 15 de julho; 3, 4 e 5 de agosto (a segunda fase, parte intermediária); e 7, 18 e 19 de outubro de 2021 (a terceira fase, o encerramento).

Também foi realizada uma busca nas contas do Instagram dos dois senadores para verificar se os mesmos acionam a CPI da Pandemia como forma de dar visibilidade a seus trabalhos na comissão em uma tentativa de atrair simpatia e, conseqüentemente, votos. Mas não é objetivo deste artigo estudar se essa publicização, de fato, reelegeu os senadores, só uma pesquisa de recepção pode investigar tal fenômeno.

3 Omar Aziz. @omarazizsenador. Instagram. <https://www.instagram.com/omaraziz.senador/>

4 Otto Alencar. @ottoalencar. Instagram. <https://www.instagram.com/ottoalencar>

Tabela 1. Quantidade de registros por categorias
Fonte: Elaborado pelas autoras

Tema	Categoria	Quantitativo de Registros
Reality show	Competição entre os atores	23
	Referência direta ao show business	12
	Referência ao Reality show	1
	Citações de celebridades	6
	Interlocução com as redes sociais	4
	Convivência pacífica entre os atores	10

Análise

Neste artigo, investigamos a existência de possíveis similaridades entre a CPI da Pandemia e os *reality shows*. Assim, a partir da compreensão dos *reality shows* como espetáculos de convivência entre atores não profissionais que reagem espontaneamente, tentando superar e sobreviver aos seus oponentes diante de uma competição, na qual estão expostos aos olhares de câmeras (Bazo, 2011, tradução nossa)⁵, foi possível definir as categorias norteadoras da análise das reuniões da CPI da Pandemia. A Tabela 1 apresenta uma síntese quantitativa dos registros encontrados.

Bazo (2011), assim, permite inferir que o ambiente da CPI se configura como um espaço de convivência que pode ser pacífico ou de competição. As reuniões, muitas vezes, se estenderam por longas horas, com mais de seis ou sete horas de

atividades. Os membros dela “competiram” discursivamente entre si em diversos momentos, emergindo embates entre os senadores no período pré-eleitoral, o que nos remete à primeira categoria: *Competição entre os indivíduos*, a mais recorrente nesta parte da análise (23 ocorrências). Um exemplo foi o diálogo a seguir, que fugiu do tom cordial, adotado pelos senadores Otto Alencar e Luis Carlos Heinze, quando este último defendia o tratamento precoce com cloroquina e a utilização de laboratórios da indústria veterinária para fabricar a vacina contra a Covid-19.

O SR. OTTO ALENCAR (PSD - BA) - Só uma parte desenvolve. V. Exa. é agrônomo, eu não sei se V. Exa. está confundindo aquilo que se faz nos animais com o que se faz nos humanos. Tem uma diferença muito grande. V. Exa. falou até nos laboratórios de bovinos para utilizar em humanos. Pode se readaptar. Mas, certamente, da maneira que V. Exa. falou, com tanta raiva de quem se coloca contra àqueles que prescrevem de forma correta e não são médicos,

nesse laboratório de utilização para bovinos, uma vacina antirrábica não ficava inadequada para V. Exa.

O SR. LUIS CARLOS HEINZE (Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/PP - RS) - Sr. Presidente. O SR. OTTO ALENCAR - ... duas vezes sem eu provocá-lo. Então, eu estou respondendo uma provocação de V. Exa., citando Porto Seguro, dizendo que lá teve esses casos. E a informação de V. Exa. é completamente equivocada.

O SR. LUIS CARLOS HEINZE - Por quê? Estão errados os números?

O SR. OTTO ALENCAR - Está completamente equivocada!

O SR. LUIS CARLOS HEINZE - Não estão?

O SR. OTTO ALENCAR - Até porque eu já lhe disse e repito agora - V. Exa. não entendeu, paciência! - que para 90% a 95% dos pacientes basta tomar água, porque não desenvolvem a forma grave. Então, se dá hidroxicloroquina e diz: “Não, foi hidroxicloroquina que curou”, mas não foi. É porque os doentes

5 Tradução de: Los reality shows televisivos son definidos como espectáculos de convivencia entre actores no profesionales que reaccionan de forma espontánea, intentando superar y sobrevivir a sus oponentes mediante una competencia permanente y expuestos ante la mirada de unas cámaras ubicadas de manera estratégica.

cursam assim; só os 5%, 8%, às vezes, 10% cursam para a forma grave (Senado Federal, 2021a, p. 4-5).

Esse embate foi recorrente ao longo das reuniões da CPI, visto que os senadores sempre travaram batalhas discursivas entre si e, às vezes, com os depoentes também. O único dia que não apresentou essa competição direta foi em 18 de outubro de 2021 em uma audiência para ouvir vítimas diretas e indiretas da Covid-19. Observamos que, naquele dia, o que mais se sobressaiu foram as referências ao *show business*, categoria criada devido à proximidade do tema aos espetáculos, sejam eles midiáticos, culturais, entre outros, visto que é preciso acionar dimensões emocionais, sensoriais, valorativas e cognitivas para dar sentido ao espetacular, encarado como construção social e discursiva (Rubim, 2005).

Nesse sentido, os senadores e depoentes recorrem a temas como palco, circo, palhaço, super-homem e cena (teatral) para induzir à espetacularização. Contudo, no contexto

da CPI da Pandemia, não foram usadas todas as dimensões, pois não caberia em uma reunião solene, mas, quando possível, os senadores e depoentes recorreram a alguns desses elementos, como é possível visualizar nos trechos a seguir de uma fala de Aziz, na audiência pública no dia 18 de outubro de 2021, para Marcio Silva que perdeu o filho, vítima da Covid-19.

O SR. PRESIDENTE (Omar Aziz. PSD - AM) – Porque cada um desses 600 mil, mais de 600 mil vítimas tem uma história. Uma história diferente, e infelizmente com final sempre muito triste, não há final feliz nessa história. Não é uma novela que as coisas acontecem no enredo e lá no final os casais ficam felizes, as pessoas sobrevivem, aqui não. Aqui é realidade, aqui é a vida.

O SR. PRESIDENTE – Até pastel Renan, o “caba” comia sem máscara para mostrar que era o Super-Homem. Não tem Super-homem, é um cara que incentivava (Senado Federal, 2021b, p. 7).

Em meados de agosto, a CPI já tinha uma ampla visibilidade e havia sido comparada a um *reality show* por Jácomo (2021): “sem Big Brother, a política é o grande *reality show* do país no momento”. E os senadores, talvez, tenham percebido a visibilidade que esses fatos atraíam para si, visto que citaram diretamente Gil do Vigor, participante do BBB de 2021, demarcando mais uma categoria: *Referência direta ao reality show*. Os senadores Humberto Costa e Aziz, eventualmente, abandonam o linguajar formal para citar um bordão, criado no *reality* da TV Globo: “Tá lascado”.

O SR. HUMBERTO COSTA (Bloco Parlamentar da Resistência Democrática/PT - PE) - É. Daqui a pouco, é recebido pelo Secretário-Executivo; daqui a pouco, é recebido pelo Ministro. Meu Deus do céu, realmente o Brasil está muito mal. Como diz aquele rapaz do Big Brother, “tá lascado”! Com um Governo deste, “tá lascado”!
O SR. PRESIDENTE (Omar Aziz. PSD - AM) - E ele é de Pernambuco

O SR. HUMBERTO COSTA - É de Pernambuco.

O SR. PRESIDENTE - É. É o Gil do Vigor (Senado Federal, 2021c, p. 92).

As menções às celebridades também foram consideradas como delimitadores categóricos norteadores para esta pesquisa, porque o status de célebre é socialmente compartilhado (Milner, 2010). Os senadores se referiram à cantora Anitta e ao humorista Paulo Gustavo, em homenagem aos artistas e de pesar pela morte de Gustavo pela Covid-19. Além destes, o personagem *Superman* e o cantor Ivan Lins também foram acionados.

O SR. RENAN CALHEIROS (Bloco Parlamentar Unidos pelo Brasil/MDB - AL. Como Relator.) - Presidente, ainda sobre o ator Paulo Gustavo, o Paulo Gustavo fez o Brasil rir com leveza, sem preconceitos. A personagem inspirada em sua mãe conquistou nossas famílias.

Nós o perdemos. A dor e a solidariedade nos unem por ele e

pelos mais de 400 mil vítimas da Covid.

O SR. PRESIDENTE (Omar Aziz. PSD - AM) - Eu vou responder ao Senador Otto, logo após o pedido do Senador Humberto, do Senador Randolfe e do Senador Renan, dizendo que o ator Paulo Gustavo fez milhões de brasileiros sorrirem com os filmes e as suas atuações. No meu Estado do Amazonas, não foi diferente: perdemos grandes artistas. Um ícone nacional e internacional foi o Zezinho do Carrapicho, que cantou para o mundo todo o Tic Tic Tac. Assim como ele, grandes artistas parintinenses e amazonenses, infelizmente, também se perderam pela Covid. Então, eu vou pedir um minuto de silêncio e respondo a V. Exa. logo em seguida. (Faz-se um minuto de silêncio.) (Senado Federal, 2021d, p. 4).

A CPI da Pandemia se destacou pela exposição e visibilidade que ela adquiriu ao longo dos meses. Esse fato foi verificado no cotidiano dos senadores integrantes da CPI em

suas redes sociais. Em levantamento realizado por Pligher e Oliva (2021), os senadores titulares da comissão ganharam juntos, nas redes sociais, 1,5 milhão de seguidores em 105 dias. Com o crescimento das redes, o engajamento também é expandido. Assim, a *interlocução com as redes sociais* foi uma prática comum, tanto para contrapor com os depoentes algumas informações, quanto para dialogar com os cidadãos.

Essa Interlocução com as redes sociais também está presente nos *realities shows*, por isso, foi descrita como uma categoria. Chaves e Dantas (2020) destacam a interação com o público nos *realities*, que dá aos expectadores o poder decisório sobre a vitória ou derrota dos participantes. Na CPI não se tem uma disputa pelo prêmio, mas pela visibilidade nos embates travados no campo discursivo e em um período importante, pois faltavam poucos meses para a campanha eleitoral de 2022. No entanto, é interessante notar o poder das interações também com os senadores, nas quais era permitido ao público participar através das redes sociais, com

sugestões, perguntas, entre outras. No trecho a seguir, Aziz agradece ao internauta de suas redes sociais pelas contribuições prestadas remotamente:

O SR. PRESIDENTE (Omar Aziz. PSD - AM) - E quero aqui agradecer a um artista aqui de Brasília que mandou estas palavras, estes desenhos. O nome dele é Gurulino, é aqui de Brasília. Ele diz: “Na dúvida, eu faço soprar canela” - eu não sabia disso - “bater na madeira, pular ondinhas e esperança na CPI”. É isto que o povo brasileiro tem: esperança na CPI. Quero agradecer ao Gurulino, que encaminhou estes esboços aqui para a gente (Senado Federal, 2021c, p. 31).

A CPI não se destacou apenas pelos combates retóricos, pois foram registrados alguns momentos de *convivência pacífica entre os membros*, também contemplada na definição de *reality show* de Bazo (2011) como ‘espaços de convivência’. Só existem dois tipos: o de convivência pacífica/harmoniosa ou convivência

conflituosa/competitiva. Os trechos a seguir ilustram a ocorrência dessa categoria, definida como convivência pacífica entre os atores. Trata-se de momentos vivenciados pelos senadores Aziz e Marcos Rogério, de bases opostas, que externam o respeito às diferenças entre todos os parlamentares:

Trecho 1

O SR. PRESIDENTE (Omar Aziz. PSD - AM) – Tudo aquilo que democraticamente que nós podemos discutir e chegarmos num consenso de votação. É e aí volto a repetir, é um trabalho que foi feito até durante os seis meses né, que nós vamos tomar conhecimento e discutir. É lógico aqui que a divergência aqui é natural, a divergência é natural, e a gente vai fazer o possível para democratizar o máximo a votação do relatório.

Trecho 2

O SR. MARCOS ROGÉRIO (Bloco Parlamentar Vanguarda/DEM – RO) - Apenas agradecer a essa presidência e aos colegas aqui por esse período de embates, debates, visões, mas que acho que é importante

para o Brasil, muito obrigado. (Senado Federal, 2021e, p. 8).

Ante o exposto, é necessário afirmar que a CPI apresenta elementos que a aproximam de fato a um *reality show*, contudo não foi um *reality show* e sim um espetáculo. Assim, esse estudo aprofundou as discussões sobre as nuances do espetacular, visto que a comissão evidenciou as características de um espetáculo político nos moldes definidos por Rubim (2003). Como espetáculo, ainda que percebida como entretenimento, todavia ela serviu para sensibilizar a população dos efeitos da maior crise sanitária desde a Segunda Guerra Mundial. Além disso, evidenciou a disputa pelo poder e a legitimação do campo político no Senado, que fiscaliza as ações do Poder Executivo relativo ao combate à pandemia.

Diante dessa visibilidade, no período oficial de campanha (16 de julho a 01 de outubro), os senadores Aziz e Alencar divulgaram 191 e 221 postagens, respectivamente, em suas contas do Instagram, acionando cenas da CPI 45 e 56 vezes, respectivamente. Aziz está no Instagram

desde abril de 2021 e sua primeira publicação é um *card* sobre a comissão. Atualmente, possui mais de 82,8 mil seguidores. Era sempre apresentado, na campanha eleitoral, como o ‘senador da vida’. Em alusão à defesa da vacina contra a Covid-19, adotou a *hashtag* #OsenadordaVida nas publicações na campanha eleitoral. Enaltecia sempre o trabalho da CPI para externar seu orgulho: “Eu presidi a CPI mais importante da história da República, a CPI da Covid, a CPI da vida” (Aziz, 2022).

Já Otto Alencar possui 120 mil seguidores e sua primeira publicação nessa rede social foi em 28 de abril de 2014. Ele explorou o seu papel na CPI da Pandemia em 56 postagens nos 47 dias analisados e, como médico, projetou-se como o senador da vacina, senador da saúde (Alencar, 2022a). No Instagram, destacou: “Provamos que a vacina vale mais que a cloroquina e que a vida vale mais que o poder” (Alencar, 2022b).

Considerando as publicações dos dois senadores analisados, foi possível verificar que eles recorreram à CPI da Pandemia como forma de dar publicidade às suas atividades na

*Era sempre
apresentado,
na campanha
eleitoral, como o
‘senador da vida’.
Em alusão à
defesa da vacina
contra a Covid-19,
adotou a hashtag
#OsenadordaVida
nas publicações
na campanha
eleitoral.*

comissão para defender a vacinação da população e fiscalizar as ações do governo federal. Eles usaram estratégias similares: um era o senador da vida e o outro o da vacina, e ambos se reelegeram: Aziz, no Amazonas, com 766.066 votos, e Alencar, na Bahia, com 4.213.333 votos. Não pretendemos, aqui, estabelecer uma relação direta entre a publicidade de seus papéis na CPI e suas reeleições, o que será feito em uma futura pesquisa.

Considerações finais

Este artigo apresenta um recorte de uma pesquisa maior que realizou uma análise exaustiva da CPI da Pandemia. Nele, já é possível perceber que a Comissão apresentou similaridades com os *reality shows*, apesar de não ser produto do *show business*. Nesse sentido, a natureza contínua da CPI, os 90 dias prorrogados por igual período, fez com que o público a acompanhasse do mesmo modo como acompanharia uma série de TV. Da mesma forma, os embates retóricos entre os senadores criaram a atmosfera de uma competição. Todos esses elementos do entretenimento estiveram ali dispostos.

As aproximações entre o *reality show* e a CPI da Pandemia foram possíveis porque há elementos que remetem ao espetacular, que são o ponto de convergência, uma vez que foi possível acompanhar a convivência, a competição, a interlocução com o público e as referências ao *show business*. A distinção basilar se dá a partir dos objetivos, pois o objetivo de um *reality show* é entreter os telespectadores, enquanto o da CPI foi apurar as causas, ações e omissões dos agentes públicos em relação à pandemia da Covid-19.

A CPI da Pandemia foi, assim, um espetáculo que, para Weber (1999 como citado em Rubim 2003), seria caracterizado como autônomo, pois implica na existência de um fato político de eloquente grandiosidade e imprevisibilidade que, impondo-se, obriga a mídia a mudar seus padrões de cobertura. O fato político seria a CPI, enquanto a imprevisibilidade se observa na medida em que, no curso de uma investigação, sabe-se o ponto de partida, mas o seu resultado e em quem irão respingar as responsabilidades são elementos imprevisíveis. Assim, essa CPI pautou toda a

sociedade. Estes são elementos que corroboram com a ideia de que a CPI se configurou como show político. O espetáculo político da CPI da Pandemia foi acessível a um grande público, que não está habituado aos rituais de uma casa legislativa federal.

Podemos concluir que, embora a CPI da Pandemia tenha se aproximado de um *reality show*, com pontos de convergência, ela não foi, de fato, um BBB, mas sim um espetáculo político, nos moldes que Rubim (2003) discorre, como modo de sensibilização para a disputa do poder. As reuniões da comissão se tornaram palco para o espetáculo político para os atores desenvolverem os seus papéis, apoiando ou criticando as ações do governo federal. Desta forma, tomaram para si a atenção do público que os acompanhava atentamente através da TV Senado e todas as emissoras e plataformas digitais que retransmitiram as reuniões da CPI.

Por isso, na eleição de 2022, a CPI da Pandemia foi tema na campanha de boa parte dos políticos que disputaram o pleito, como os dois senadores aqui analisados. Se a atuação dos senadores na CPI foi positiva ou negativa cabe à equipe dos parlamentares definir, mas

o fato é que eles deram visibilidade as suas atuações na comissão em publicações com associações diretas e indiretas à CPI, mostrando seu trabalho de forma exitosa. A partir do espetáculo, a CPI se tornou em vitrine para os senadores que disputavam à reeleição, visto que os dois, aqui observados, conseguiram se reeleger para mais oito anos no Senado brasileiro.

É interessante ater-se ao papel da CPI, que, mesmo em um cenário de espetacularização, configurou-se, também, como um espaço de ampliação da participação política dos cidadãos em tempo real. Isso é evidenciado em números de ampliação de seguidores e de aumento da audiência da TV Senado, fomentando, assim, o debate político da esfera pública. A CPI cumpriu o seu objetivo de investigar, produzindo um relatório final de 1.180 páginas. Nele, recomendou o indiciamento de 66 pessoas físicas e duas jurídicas. O documento ainda propôs dar prosseguimento às investigações nas esferas civil, criminal e administrativa ao compartilhar o resultado com o Ministério Público e Polícia Federal do Brasil ("CPI da Pandemia", 2021). O relatório foi

remetido, também, ao Tribunal Penal Internacional, em Haia, nos Países Baixos, porque os denunciados estariam supostamente envolvidos em crimes contra a humanidade.

Referências

- Randolfe protocola requerimento para instalação da CPI da Covid. (2021, 04 de fevereiro). Senado Notícias. <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/02/04/randolfe-protocola-requerimento-para-instalacao-da-cpi-da-covid>
- CPI da Pandemia amplifica alcance da TV Senado. (2021, 06 de novembro). Senado Notícias. <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/06/11/cpi-da-pandemia-amplifica-alcance-da-tv-senado>
- CPI da Pandemia: principais pontos do relatório. (2021, 20 de outubro). Senado Notícias. <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/10/20/cpi-da-pandemia-principais-pontos-do-relatorio>
- Alencar, J.C.F. (2005). *Comissões parlamentares de inquérito no Brasil*. Renovar.
- Alencar, O. (2022a, 31 de agosto). Programa 4: Senador da vacina. [Reels]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/Ch8XAKupvsg/?igsh=M-TF4bDR4aWV1YjhxQ==>
- Alencar, O. (2022b, 7 de setembro). Sempre pautei a minha vida por muita luta, trabalho e coragem. [Reels]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/CiOHIdWJx4A/?igsh=Y-291cWs2aTJ6czdz>
- Aziz, O. (2022, 16 de setembro). O Amazonas me deu a oportunidade de presidir a CPI mais importante da história da República. [Reels]. Instagram. https://www.instagram.com/reel/Ciknb6qpGL_/?igsh=N-Tk3eWZoN2FxOgN
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Bazo, F.P. (2011). La realidad mediatizada: el reality show. *Revista Comunicación*, 1(9), 120-131. <https://doi.org/10.12795/comunicacion.2011.v01.i09.13>
- Brasil registra mais 1.291 mortes por Covid em 24 horas; total chega a 228,8 mil. (2021, 4 de fevereiro). *GL*. <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/02/04/casos-e-mortes-por-coronavirus-no-brasil-em-4-de-fevereiro-segundo-consorcio-de-veiculos-de-imprensa.ghtml>
- Brasil. Senado Federal. CPI da Pandemia. (2021b). *Relatório final: Aprovado pela Comissão em 26 de outubro de 2021*. Senado Federal. <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/72c-805d3-888b-4228-8682-260175471243>
- Brasil. (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm
- Chaves, V. M. & Dantas, A.G.A. (2020). Espetáculo à mesa: mediatização da cozinha nos reality shows de gastronomia. *Revista Mídia e Cotidiano*, 14(2), 244-260. <https://doi.org/10.22409/rmc.v14i2.40326>
- D'Angelo, P. (2022, 14 de fevereiro). Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram. *Opinio Box*. <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>.
- Debord, G. (1967). *A sociedade do espetáculo*. Livros da Revolta.
- Feldman, I. (2008, outubro 21-24). Reality show: um dispositivo biopolítico [Artigo]. Colóquio Internacional Televisão e Realidade, Salvador, Bahia, Brasil.

- Ferraz, A. (2021, 19 de maio). CPI vira nova paixão nacional depois do BBB. *O Estado de São Paulo*. <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,cpi-vira-nova-paixao-nacional-depois-do-bbb,70003719637>
- Brasil tem média móvel de 342 mortes diárias por Covid; tendência é a pior registrada no último mês. (2021c, 26 de outubro). G1. <https://g1.globo.com/saude/coronavirus/noticia/2021/10/26/brasil-tem-media-movel-de-342-mortes-diarias-por-covid-tendencia-e-a-pior-registrada-no-ultimos-mes.ghtml>
- Jácomo, A. (2021, 10 de junho). CPI da Pandemia: um olho na tv e outro nas redes sociais. *Exame*. <https://exame.com/bussola/cpi-da-pandemia-um-olho-na-tv-e-outro-nas-redes-sociais/>
- Martino, L.M.S. (2014). Reality show e mídias digitais. In L.M.S. Martino (Ed.), *Teoria das mídias digitais* (pp. 161-168). Vozes.
- Millner, M. (2010). Is celebrity a new kind of status system?. *Society Magazine*, 47(5), 379-387. <https://doi.org/10.1007/s12115-010-9347-x>
- Minayo, M.C.S. (2013). *O desafio do conhecimento: Pesquisa qualitativa em saúde*. Hucitec.
- Monteiro, E. (2021, 11 de junho). CPI da Pandemia amplifica alcance da TV Senado. *Agência Senado*. <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/06/11/cpi-da-pandemia-amplifica-alcance-da-tv-senado>
- Morais, G. (2013, 11 de abril). Primeiras investigações parlamentares no Brasil ocorreram em 1826. *Agência Câmara de Notícias*, Câmara dos Deputados. <https://www.camara.leg.br/noticias/400788-primeiras-investigacoes-parlamentares-no-brasil-ocorreram-em-1826/>
- Pligher, P. & Oliva, G. (2021, 11 de agosto). Senadores da CPI da Covid captam 1,5 milhão de seguidores nas redes. *Poder 360*. <https://www.poder360.com.br/congresso/senadores-da-cpi-da-covid-captam-15-milhao-de-seguidores-nas-redes/>
- Rubim, A.A.C. (2003). Espetáculo, política e mídia. In V. França (org.) (2003). *Estudos de Comunicação* (pp. 85-103). Sulina.
- Rubim, A.A.C. (2005). Espetáculo. In A.A.C. Rubim (Org.), *Cultura e Atualidade* (pp. 11-28). Editora da UFBA. <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ufba/147/4/Cultura%20e%20Atualidade.pdf>
- Said, F. (2021, 10 de julho). Com CPI da Covid, TV Senado registra recorde nos índices de audiência. *Metrópolis*. <https://www.metropoles.com/brasil/politica-brasil/com-cpi-da-covid-tv-senado-registra-recorde-nos-indices-de-audiencia>
- Saraiva, L. (2006) “Big Brother Brasil e Edifício Máster: espetáculo e anti-espetáculo”. *Sinopse – Revista de Cinema*, 8(11), 26-42. <https://doi.org/10.11606/issn.1807-8907.v8i11p26-42>
- Senado Federal. (2021a). Ata da 4ª reunião da CPI da pandemia da 3ª Sessão Legislativa Ordinária da 56ª Legislatura, realizada em 05 de maio de 2021, quarta-feira, no Senado Federal, Anexo II, Ala senador Alexandre Costa, plenário nº 3. <https://legis.senado.leg.br/diarios/ver/110512?sequencia=664>
- Senado Federal. (2021a). Ata da 4ª reunião da CPI da pandemia da 3ª Sessão Legislativa Ordinária da 56ª Legislatura, realizada em 05 de maio de 2021, quarta-feira,

- no Senado Federal, Anexo II, Ala senador Alexandre costa, plenário nº 3. <https://legis.senado.leg.br/diarios/ver/110512?sequencia=664>
- Senado Federal. (2021b). Ata da 66ª Reunião da CPI da Pandemia da 3ª Sessão Legislativa Ordinária da 56ª Legislatura, realizada em 18 de outubro de 2021, segunda-feira, no Senado Federal, anexo II, Ala Senador Alexandre Costa, plenário nº 3. <https://legis.senado.leg.br/diarios/ver/110512?sequencia=9710>
- Senado Federal. (2021c). Ata da 38ª Reunião da CPI da Pandemia da 3ª Sessão Legislativa Ordinária da 56ª Legislatura, realizada em 03 de agosto de 2021, terça-feira, no Senado Federal, anexo II, Ala Senador Alexandre Costa, plenário nº 3. <https://legis.senado.leg.br/diarios/ver/110512?sequencia=6242>
- Senado Federal. (2021d). Ata da 4ª Reunião da CPI da Pandemia da 3ª Sessão Legislativa Ordinária da 56ª Legislatura, realizada em 04 de maio de 2021, quarta-feira, no Senado Federal, anexo II, Ala Senador Alexandre Costa, plenário nº 3. <https://legis.senado.leg.br/diarios/ver/110512?sequencia=664>
- Senado Federal. (2021e). Ata da 67ª Reunião da CPI da Pandemia da 3ª Sessão Legislativa Ordinária da 56ª Legislatura, realizada em 19 de outubro de 2021, terça-feira, no Senado Federal, anexo II, Ala Senador Alexandre Costa, plenário nº 3. <https://legis.senado.leg.br/diarios/ver/110512?sequencia=9777>

