

## ***Reality show* ou Política? A CPI da Pandemia da Covid-19 como Espetáculo<sup>1</sup>**

Jaciane Freire SANTANA<sup>2</sup>

Sheila Borges de OLIVEIRA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE

### **RESUMO**

A CPI da Pandemia da Covid-19 no Senado foi um dos assuntos mais comentados no Brasil em 2021. Este trabalho intenciona evidenciar se a transmissão da CPI pela TV Senado apresenta elementos que indiquem uma aproximação teórica com o conceito de *reality show* a partir de Feldman (2006; 2008), Bazo (2011) e Dugnani (2017). Sob a perspectiva metodológica, realizamos uma pesquisa qualitativa e uma análise de conteúdo segundo Bardin (2011). Os resultados sinalizam que há aproximações possíveis das atividades da CPI com um *reality show*, mas como cenário para um espetáculo político (RUBIM, 2003; 2005) e não de entretenimento.

**PALAVRAS-CHAVE:** CPI da Pandemia; TV Senado; *reality show*; espetáculo político.

### **INTRODUÇÃO**

A Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) da Pandemia da Covid-19 foi criada a partir do requerimento do senador Randolfe Rodrigues (Rede-AP), em 4 de fevereiro de 2021, no Senado, para investigar ações e omissões do governo federal no enfrentamento à crise sanitária. Popularmente conhecida como CPI da Covid, os trabalhos começaram em dia 27 de abril de 2021 e encerraram em 26 de outubro de 2021 com a aprovação do relatório final.

A TV Senado transmitiu ao vivo as reuniões da comissão na grade de programação de seu canal na televisão aberta e em suas redes sociais, como o YouTube. Freitas (2004) destaca que as publicizações das reuniões e comissões do Poder Legislativo na TV aberta, como acontecem atualmente, contribuem para a consolidação da democracia. Desde o início dos trabalhos, os números da audiência cresceram em contínuo (AGÊNCIA SENADO, 2021). Segundo a pesquisa XP/Ipespe, realizada pela XP Investimentos, entre os dias 7 e 10 de junho de 2021, 76% da população estavam acompanhando os depoimentos. Além da TV pública, a CPI foi retransmitida por canais de TVs por

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado n IJ 07 Comunicação, Espaço e Cidadania do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 20 a 22 de junho de 2023.

<sup>2</sup> Bibliotecária e concluinte do curso de Comunicação Social pela UFPE, email: jaciane.santana@ufpe.br

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da UFPE, Campus Agreste, email: sheila.boliveira@ufpe.br

assinatura e portais independentes. Adriana Ferraz, jornalista do “O Estado de São Paulo”, comparou a CPI da Pandemia com um *reality show*, destacando as similaridades comuns na cultura televisiva: enredo trágico, personagens com identidades definidas, regularidade na exibição e final surpreendente (FERRAZ, 2021).

Para verificar se há, de fato, possíveis aproximações dos *realities shows* com as reuniões da CPI, partimos do conceito de *reality show* de Bazo (2011, p. 121), que define como “espetáculos de convivência entre atores não profissionais que reagem de forma espontânea, tentando superar e sobreviver os seus oponentes diante de uma competição permanente e expostos aos olhares de câmeras colocadas de maneira estratégica”. Tal escolha aconteceu em razão da analogia possível de que o ambiente da CPI se configura como um espaço de convivência, muitas vezes, com longas reuniões com mais de sete horas e embates retóricos entre três grupos distintos (base governista, opositores e independentes), que competiram entre si em diversos momentos.

## REFERENCIAL TEÓRICO

A exposição e a visibilidade são questões centrais nos *realities shows*. Na perspectiva histórica Martino (2014) apresenta um programa que estreou nos Estados Unidos em 1973, *An American Family*, como um dos primeiros realities, no qual a família Loud foi filmada diariamente por dezesseis horas ao longo de seis meses. Após a estreia do Big Brother na Holanda em 1999, os *realities shows* se espalharam rapidamente e se tornaram tendência no mercado do audiovisual mundial (FELDMAN, 2008). Dugnani (2017) define os *realities shows* como simulações de uma realidade a partir da “produção de mitos” e “naturalização de discursos”, que induzem o público ao consumo, num ciclo permanente de desejo, e profanação que impulsiona a proliferação dos realities, pois mantém o espetáculo.

Compreender e identificar as características, reconhecendo a eficácia de audiência do gênero não significa, entretanto, endossar seu discurso, que se apresenta como uma experiência participativa de relacionamento humano. Desse modo, Chaves e Dantas (2020) consideram o *reality show* sob uma perspectiva mais pragmática, isto é, como um tipo de produto midiático que ocorre no âmbito das interações, pois concede ao público o poder decisório sobre a permanência ou saída de participantes do programa, bem como de quem ganhará a competição.

Os *realities shows* não são, contudo, algo distante da política, Moraes (2020) ilustra bem essa aproximação contemporânea com o caso do ator Volodymyr Zelensky. Ele foi eleito presidente da Ucrânia aos 41 anos, usando uma estratégia performática. Ficou conhecido no país após protagonizar um programa de sátira política, no qual o personagem acidentalmente se tornava presidente da Ucrânia. E durante a corrida presidencial construiu sua estratégia de campanha nos moldes de um *reality show*.

Moraes (2020) também pondera que há muito tempo a espetacularização torne-se essencial também na política e para a projeção política. Driessens (2014), ao analisar a celebritização da sociedade, complementa que o status de celebridade pode ser usado para o lucro econômico, assim como para adquirir ou controlar o poder, inclusive no campo político. Nesse contexto, os conceitos de espetacularização e *reality show* fundamentam as análises que realizamos das sessões da CPI, considerando que, apesar de não ser um programa de entretenimento, suas reuniões se caracterizaram como palco para o espetáculo político entre atores que desenvolveram seus papéis e atraíram a atenção do público que os acompanhava atentamente nas transmissões das sessões.

## **METODOLOGIA**

Adotamos como metodologia uma pesquisa bibliográfica seguindo uma abordagem qualitativa e como método de investigação a análise de conteúdo (BARDIN, 2011). Os dados foram coletados por meio da observação e catalogação das transmissões da CPI da Pandemia em 12 dias selecionados, que contemplam o início, meio e fim dos trabalhos. Durante a coleta de dados foram realizadas observações sistemáticas, a fim de se obter uma descrição precisa da programação exibida na TV Senado. Assim, as reuniões que compõem a amostra foram assistidas e, quando necessário elucidar algum ponto das falas dos senadores ou depoentes nas reuniões, recorreremos às notas taquigráficas do Senado.

A partir da compreensão dos *realities shows* como espetáculos baseados na convivência entre atores não profissionais sob a vigilância de câmeras (BAZO, 2011), no arcabouço teórico foi possível definir as categorias norteadoras da análise das reuniões da CPI. Foram estabelecidas seis categorias: Competição entre os atores; Referência direta ao *show business*; Convivência pacífica entre os atores; Referência direta aos *Realities shows*; Citações de celebridades e interlocução com as redes sociais.

## ANÁLISE

Na decupagem das sessões da CPI da Pandemia foi possível identificar elementos em todas as categorias definidas. E serviu para aprofundar as nuances do espetacular, pois, na delimitação do espetáculo, é possível analisar a derivação do que seria espetacularização. Para Rubim (2005), a espetacularização é um processo desencadeado pelo acionamento de recursos ou dispositivos que produzem o espetáculo, ou ainda, o espetacular. Todos os campos sociais, midiáticos ou não, são passíveis de espetacularização. Em suma, a espetacularização pode ativar, concomitantemente, diferentes dimensões que criam e conferem sentido ao espetacular como construção social e discursiva.

Em meados de agosto, a CPI já tinha uma ampla visibilidade e já havia sido comparada a um *reality show*. E os senadores talvez tenham percebido a visibilidade é capital e citaram diretamente Gil do Vigor, participante do Big Brother Brasil do ano de 2021, demarcando categoria “Referência direta ao *reality show*”. Os senadores Humberto Costa (PT-PE) e Omar Aziz (PSD – AM), eventualmente, abandonam o linguajar formal para citar um bordão criado no reality da TV Globo:

O SR. HUMBERTO COSTA - 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) - E ele é de Pernambuco.

O SR. HUMBERTO COSTA - É de Pernambuco.

O SR. PRESIDENTE - É. É o Gil do Vigor (38ª Reunião da CPI da Pandemia 03/08/2021).

A CPI, como ação política em geral, não deveria se contrapor aos espetáculos, até porque eles já foram muito próximos na história antiga, mas o distanciamento da modernidade moldou esses polos ao extremo, delineando-os como pontos antagônicos (RUBIM, 2003). Se no passado a política era exercida predominantemente pela força e violência, na contemporaneidade a argumentação, o convencimento e a pressão não violenta e não corrupta se legitimam na “conquista e manutenção do poder político” (RUBIM, 2003, p. 5). Todas as seis categorias, estabelecidas como referência para a análise, foram encontradas nas sessões mapeadas. Nesse conterxo, Rubim (2003) esclarece que o espetáculo passa a ser produzido como um modo de sensibilização, que

visa à disputa de poder, capaz e demarcador de legitimidade política, portanto, não se opõe a ela apesar do distanciamento.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foi possível perceber que a CPI da Pandemia apresentou similaridades com os *realities shows*, apesar de não ser produto do *show business*. 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, com o recesso parlamentar, assimilando-se a um intervalo habitual entre as temporadas. Enquanto os embates retóricos entre os senadores governistas e a oposição criaram a atmosfera de uma competição. Enfim, todos esses elementos do entretenimento estiveram ali dispostos.

As aproximações entre o *reality show* e a CPI 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*.

Conclui-se que, embora a CPI da Pandemia tenha se aproximado de um *reality show*, com pontos de convergência, ela não foi, de fato, um BBB. A comissão evidenciou as características de um espetáculo político nos moldes definidos por Rubim (2003). Como espetáculo, pode ter sido percebida ainda como entretenimento, entretanto, evidenciou a disputa pelo poder e a legitimação do campo político, no caso do Senado, de seu papel de instituição fiscalizadora das ações do Executivo relativas ao combate à pandemia.

## REFERÊNCIAS

AGÊNCIA SENADO. CPI da Pandemia amplifica alcance da TV Senado. **Senado Federal**, Brasília, 11 jun. 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/06/11/cpi-da-pandemia-amplifica-alcance-da-tv-senado>. Acesso em: 18 out. 2021.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BAZO, F. P. La realidad mediatizada: el *reality show*. **Revista Comunicación**, Sevilla, v. 1, n. 9, 2011, p. 120-131.

BRASIL registra mais 1.291 mortes por Covid em 24 horas; total chega a 228,8 mil. **G1**, [S. l.], 4 fev. 2021. Bem Estar. Disponível em: <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. Acesso em: 27 out. 2021.

CHAVES, V. M.; DANTAS, A. G. A. Espetáculo à mesa: midiatização da cozinha nos *reality shows* de gastronomia. **Revista Mídia e Cotidiano**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 244-260, 2020.

DRIESENS, O. A celebritização da sociedade e da cultura: entendendo a dinâmica estrutural da cultura da celebridade. **CiberLegenda**, Rio de Janeiro, n. 31, p. 8-25, 2014. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ciberlegenda/article/view/36959/21534>. Acesso em: 01 abr. 2023.

DUGNANI, P. A vida é um grande *reality show*: da proliferação de *reality shows* na programação televisiva. **Alceu**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 32, p. 61-69, 2017.

FELDMAN, I. *Reality show*: um dispositivo biopolítico. In: COLOQUIO INTERNACIONAL TELEVISÃO E REALIDADE, 1., 2008, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: UFBA, 2008.

Disponível em:

<http://www.tvrealidade.facom.ufba.br/coloquio%20textos/Iana%20Feldman.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2021.

FELDMAN, I. *Reality show*: um paradoxo nietzschiano. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, n. 16, 2006.

FERRAZ, A. CPI vira nova paixão nacional depois do BBB. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 19 maio, 2021. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,cpi-vira-nova-paixao-nacional-depois-do-bbb,70003719637>. Acesso em: 18 out. 2021.

FREITAS, L. C. S. **A midiatização do parlamento**: a TV Senado e as transformações na atividade. 2004. 75 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade de Brasília, Brasília, 2004.

MARTINO, L. M. S. *Reality show* e mídias digitais. In: MARTINO, L. M. S. **Teoria das mídias digitais**. Petrópolis: Vozes, 2014. p. 161.

MORAES, F. A objetividade jornalística e a construção da celebridade Bolsonaro. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 18., 2020. **Anais [...]** Brasília: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2020. Disponível em: <https://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2020/paper/viewFile/2735/1610>. Acesso em: 10 jan. 2023.

RUBIM, A. A. C. Espetáculo, política e mídia. In: FRANÇA; V. *et al.* (orgs.). **Estudos de Comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2003. v. 1. p. 85-103. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rubim-antonio-espetaculo-politica.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2022.

RUBIM, A. A. C. Espetáculo. In: RUBIM, A. A. C. (Org.). **Cultura e Atualidade**. Salvador: Editora da UFBA - Edufba, 2005, v. 01. p. 11-28. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ufba/147/4/Cultura%20e%20Atualidade.pdf>. Acesso em: 17 mar. 2022.