
Política, Mídia e Memes: Análise da narrativa transmidiática na polêmica dos gastos do governo do presidente Jair Bolsonaro com alimentação¹

Júlia Morais RODRIGUES²

Universidade Federal de São João del-Rei

Resumo: O artigo desenvolve uma análise da narrativa transmidiática a respeito da polêmica dos gastos com alimentação do governo federal em 2020, a partir da notícia publicada pelo Portal Metrôpoles em janeiro de 2021. A repercussão ocorreu com a publicação em outros veículos noticiosos, depois virou *memes* nas redes sociais e gerou uma resposta ofensiva do presidente Jair Bolsonaro em vídeo, também viralizado na internet e divulgado na imprensa. Discute-se Acontecimento (Rodrigues, 1993; França, 2012), Narrativa e Jornalismo Transmídia (Jenkins, 2009; Pernisa Jr, 2010) e Mídiação (Hjarvard, 2012; Braga, 2012). Depois, é feita uma Análise de Conteúdo, a começar pelo *Portal Metrôpoles*, a replicação do acontecimento em outros noticiários, como *Portal UOL*, *CNN* e *Jornal Nacional*, e a reprodução nas redes sociais diante da “polêmica do leite condensado”.

Palavras-chaves: Narrativa Transmídia; Mídiação; Governo Federal; Alimentação; Memes;

Introdução

No dia 24 de janeiro de 2021, ganharam grande repercussão nas redes, principalmente em forma de *memes*, os gastos do governo do presidente Jair Bolsonaro (sem partido) com alimentação em 2020, com destaque para 15 milhões destinados à compra de latas de leite condensado. Circularam pelas *feeds* do Facebook, Instagram, Twitter e pelo WhatsApp, em tom de humor, mas também de questionamento, o porquê de tanto dinheiro e onde se consumia no governo tanto leite condensado. A notícia foi publicada no dia pelo Portal *Metrôpole*. Depois da repercussão nas redes sociais e na imprensa, Bolsonaro manifestou-se num evento e no canal do Telegram de forma agressiva. Mas disse que “o leite condensado era para enfiar no rab* da imprensa”.³

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ).

E-mail: julia_morais@hotmail.com.

³ <https://www.youtube.com/watch?v=t1sB8voe7RM>. Acesso em 11 de maio de 2021.

Tal reverberação dos discursos em diferentes mídias e em diferentes formatos é chamada de narrativa transmídia, conforme conceitua Jenkins (2009). O caso dos gastos da alimentação acabou ganhando repercussão de forma bem diversificada. É fato que a internet revolucionou a maneira como as notícias são propagadas atualmente. Antes, dependíamos do que a televisão, o rádio, os jornais divulgavam para nos manter informados, e hoje conseguimos acessar o que acontece do outro lado do mundo com apenas um clique. Sabendo disso, não restam dúvidas de que as redes sociais também tiveram papéis fundamentais na propagação de notícias relacionadas às políticas atuais e na grande comoção dos brasileiros por todo o país, em meio a um governo polêmico.

Como elas impactaram na repercussão da notícia sobre o teto de gastos em gênero alimentício após a divulgação dos principais portais de notícia? Como um mesmo ocorrido foi abordado em diferentes meios de comunicação? E como os brasileiros utilizaram das redes sociais para se manifestar? Entendendo a importância das redes sociais na repercussão de qualquer notícia, pretende-se analisar como ela foi fundamental para que a polêmica dos gastos do governo Bolsonaro tornasse uma proporção ainda maior. Por meio de redes como Facebook e Twitter, a notícia se espalhou por meio das manifestações dos internautas, que publicaram charges críticas, crônicas e, até mesmo, criaram inúmeros *memes*. (Chagas, 2018)

O presente artigo tem como objetivo analisar como um mesmo fato ganha formas diferentes em meios de comunicação distintos, por meio da recente polêmica sobre os gastos do governo Bolsonaro com alimentação, tomando como base nos debates sobre acontecimento, narrativa e jornalismo transmídia e midiatização. Quanto à análise, os gastos com a alimentação ganharam visibilidade na imprensa, com a publicação da notícia pelo *Portal Metrópoles* divulgou a notícia “*Mais de 1,8 bilhão em compras: ‘carrinho’ do governo federal tem de sagu a chicletes*”,⁴ sobre gastos do governo federal com alimentação em 2020 – destacando despesas inusitadas como compras de chiclete, leite condensado. A partir daí criou-se a “polêmica do leite condensado”, com desdobramentos do acontecimento que reverberou em publicações no *Portal Uol*, *CNN* e diversos outros veículos noticiosos até cair nas redes sociais, onde viralizou em *memes*, com ênfase para a lata de leite condensado. A reação do presidente foi “raivosa”, em que ele aparece em

⁴ <https://www.metropoles.com/brasil/mais-de-r-18-bilhao-em-compras-carrinho-do-governo-federal-tem-de-sagu-a-chicletes>. Acesso em 20 de março de 2021.

pronunciamento em Brasília com críticas à imprensa e com xingamentos. O vídeo também viralizou no Youtube e na mídia. O artigo discute, a partir da Análise de Conteúdo (Bardin, 2011), como foi a circularidade de tal acontecimento e como foi ganhando novos significados numa ambiência comunicacional marcada pela midiatização e circuitos de redes em que os usuários não são só consumidores de notícias, mas também produzem novos sentidos aos fatos.

Acontecimento e mídia

O jornalismo pauta-se pela ideia de acontecimento. Rodrigues (1993) explica que, na era moderna, cabe ao campo midiático a tarefa de organizar o mundo caótico e fragmentado e dar um sentido aos indivíduos. “É acontecimento tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma multiplicidade de factos virtuais” (1993, p. 27). Ou seja, dentre vários fatos que acontecem no cotidiano, somente alguns ganharam visibilidade ou se tornarão notícia na mídia.

Isso depende dos chamados critérios de noticiabilidade. Rodrigues (1993) afirma que, quanto mais imprevisível for um fato, mais noticioso ele tende a ser. Disso decorrem os critérios de noticiabilidade apontados por Rodrigues: (a) inversão; (b) falha; (c) excesso. Nos gastos do governo federal com alimentação, tem-se o critério do excesso e da falha – como um governo gasta em excesso com produtos considerados supérfluos e não há controle dos órgãos que deveriam zelar pelo dinheiro público.

França (2012) aponta três características do acontecimento. O primeiro diz respeito ao fato de que se relaciona à nossa vivência de mundo. “O acontecimento é porque interrompe uma rotina, atravessa o já esperado e conhecido, se faz notar por aqueles a quem ele acontece. Uma ocorrência que não nos afeta não se torna um acontecimento no domínio da nossa vida. É simples fato, do qual até podemos tomar conhecimento, mas pelo qual não somos tocados” (FRANÇA, 2012, p. 13). França afirma que se entende que o acontece rompe com a normalidade, quebra uma sequência e, assim, desorganiza o nosso presente. E, como terceiro aspecto, “o acontecimento suscita sentidos, faz pensar, incita à busca de respostas e alternativas. Ele alarga o leque do possível – e descortina (ainda que por pequenas brechas) o horizonte do que não havia ainda sido pensado. Por isto, nos diz Queré (2005), o acontecimento convoca passado e futuro” (FRANÇA, 2012, p. 13).

Narrativa e jornalismo transmídia

O conceito de Narrativa Transmídia surgiu a partir do interesse de Henry Jenkins (2009) pelo filme *Matrix* e é definido como uma história que se desenrola por meio de múltiplos suportes midiáticos, em que cada novo texto contribui de forma distinta e valiosa para o todo. Todo meio contribui com o seu melhor, a fim de que a história possa ser introduzida em diversos universos de forma autônoma, como filmes, quadrinhos e games. Com base em Jenkins, Scolari (2009) define a Narrativa Transmídia como uma estrutura que se expande em termos de linguagens (verbais, icônicas, textuais etc.) e de mídias (TV, rádio, internet, jogos etc.). Ele enfatiza que uma das principais características que compõem a narrativa transmídia é a autonomia das histórias, já que devem fazer sentido isoladamente e se complementar em cada meio.

Esta definição é confundida, diversas vezes, com a Teoria da Convergência, de Negroponte. A partir do fenômeno apresentado pelo cientista, em 1979, o conceito de convergência tem sido utilizado em diversas circunstâncias e abordado por diversos autores, como Ford *apud* Alzamora & Tárzia (2012). Ford discorda da visão de que a ideia de transmídia é um truque publicitário ou pobre em conteúdo. O autor afirma que a convergência de mídia não se trata de um termo que perde sua utilidade. Segundo Alzamora & Tárzia (2012), ao contrário, convergência implica uma visão mais ampla do que o processo de transmídia, que significa contar uma história por meio de múltiplas plataformas de mídia.

Quanto ao Jornalismo, a narrativa transmídia destaca duas vertentes que se encaixam: a história contada através de vários meios e plataformas e a colaboração de produtores e consumidores na construção do mundo narrativo. Pernisa Júnior (2010) considera o conceito de Jornalismo Transmidiático apresentado por Jenkins como uma proposta conceitual, que deve ser vista a partir da experimentação e não de uma realidade consumada. Scolari (2015) considera como transmídia o jornalismo que transita em múltiplas plataformas e conta com a colaboração dos produtores e consumidores na sua constituição.

Midiatização e Processos Sociais

A mídia ocupa um espaço de centralidade. Mas, conforme Oliveira *et al* (2021), hoje há um processo de midiaticização, em que se tem um hibridismo entre as mídias massivas e digitais. Hjarvard (2012) conceitua a midiaticização como um processo de dupla face em que a mídia se transforma em uma instituição semi-independente na sociedade, à qual outras instituições têm que se adaptar. A mídia é um agente de mudança social e cultural, que não pode ser tratada como uma instituição separada das demais (cultura, religião), mas como parte integral do funcionamento destas, uma vez que as obriga a se submeterem à sua lógica.

A midiaticização corresponde a uma característica intrínseca ao desenvolvimento da sociedade moderna, uma vez que acompanha a atividade humana desde os seus primórdios. Hjarvard (2012) enfatiza que a midiaticização tem obscurecido as distinções entre a realidade e as representações midiáticas feitas sobre o fato e a ficção.

A principal característica do processo de midiaticização como está concebido aqui é, antes, uma expansão das oportunidades para a interação em espaços virtuais e uma diferenciação do que as pessoas percebem como sendo real. Seguindo esse critério, as distinções como aquelas entre local e global tornam-se muito mais diferenciadas, já que os meios de comunicação expandem o nosso contato com os eventos e fenômenos no que, outrora, eram lugares distantes (HJARVARD, 2012, p.62).

O autor diferencia o conceito de midiaticização em duas subclassificações: direta (forte), quando uma atividade não mediada se transforma em mediada; e indireta (fraca), quando a interação é mais influenciada em sua organização e formato pelos mecanismos midiáticos. Ele enfatiza que a mídia alcançou o status de instituição independente ao possibilitar que outras instituições estabeleçam uma comunicação efetiva. A mídia influencia nas atividades de outras instituições, como família, economia e política.

Braga (2012, p.13) afirma que a midiaticização produz “um atravessamento dos campos sociais estabelecidos, gerando situações indeterminadas e experimentações correlatas”. O autor argumenta que cada setor ou processo de sociedade participa de circuitos múltiplos, que envolvem momentos dialógicos e especializados, numa mistura de avanços tecnológicos e culturais. Ele reconhece que os campos sociais buscam se adaptar aos novos circuitos impostos pelos dispositivos tecnológicos, que atuam sobre os processos e participam da estabilização de procedimentos da midiaticização.

Estudo de caso: análise da repercussão dos gastos com alimentação no governo Bolsonaro

Como pesquisa documental, parte-se, primeiramente, da notícia divulgada em primeira mão pelo *Portal Metrôpoles*, que enfatizou os gastos exagerados em itens como: uva passa, gomas de mascar, achocolatado e leite condensado. Logo após, será feita a análise da publicação da notícia em outros veículos noticiosos, como o *Portal UOL*, *CNN* e o *Jornal Nacional*. O *Jornal Nacional*, principal telejornal do Brasil, por não se manifestar sobre estes gastos, foi criticado na internet e em outros portais de notícia por sua “omissão”. Além disso, analisaremos como a notícia dos gastos com alimentação do Governo Bolsonaro foi reproduzida nas redes sociais em forma de protestos, muitas vezes em forma de humor, como *memes*. Por último, o comportamento do Presidente da República nas mídias e nas coletivas de imprensa será estudado, diante da repercussão desse caso, a partir dos conceitos citados acima.

A repercussão na imprensa

Desenvolve-se uma análise de como a notícia foi divulgada pelo *Portal Metrôpoles*, posteriormente repercutiu no *Portal Uol*, na *CNN*. Foi, de certa forma, silenciada pelo *Jornal Nacional*, mesmo que a Globo tenha uma postura crítica em relação ao governo Bolsonaro. Depois ganhou as redes sociais em formas de *memes* bem humorados, como a polêmica do “leite condensado”. Bolsonaro reagiu de forma bem agressiva à imprensa. A polêmica continuou nas redes.

O *Portal Metrôpoles*: quando “a notícia” vaza

O *Portal Metrôpoles* é um jornal on-line fundado em 8 de setembro de 2015, considerado o terceiro site de notícias mais acessado do Brasil, que traz atualizações diárias sobre política, gastronomia, economia e entretenimento. Em 24 de janeiro de 2021, o Portal divulgou, em primeira mão, uma notícia sobre o teto de gastos em alimentação dos órgãos do Executivo Federal, na notícia “*Mais de 1,8 bilhão em compras: ‘carrinho’ do governo federal tem de sagu a chicletes*”⁵, escrita pela jornalista Rafaela Lima. A matéria aponta que o valor pago em supermercado representa um aumento de 20% em relação aos

⁵ LIMA, Rafaela. Mais de R\$ 1,8 bilhão em compras: carrinho do governo federal tem de sagu a chicletes. *Metrôpoles*. Brasil, p. 01-06. 24 jan. 2021. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/mais-de-r-18-bilhao-em-compras-carrinho-do-governo-federal-tem-de-sagu-a-chicletes>. Acesso em: 19 março de 2021.

pagamentos de 2019 e traz uma lista de 15 páginas com os alimentos em que foram gastos mais de um milhão de reais. Itens como uva passa, goma de mascar, frutos do mar, pizza e leite condensado foram os que mais chamaram a atenção, devido ao alto valor investido nesses produtos considerados não essenciais. Com as sobremesas foram gastos 123 milhões de reais.

O *Portal Metrôpoles* apresentou quais foram os maiores pagantes dessa conta exorbitante. A maior parte das compras é ligada ao Ministério da Defesa, que gastou 632 milhões de reais com alimentação. Neste valor está incluso, ainda, 2 milhões de reais gastos somente em vinho. O segundo e o terceiro maior pagante do governo são o Ministério da Educação e o Ministério da Educação, respectivamente.

Após a divulgação da matéria, alguns órgãos se manifestaram, e o *Metrôpoles* apresentou o outro lado da história. Em nota, as Forças Armadas justificaram que o Ministério da Defesa “tem a responsabilidade de promover a saúde do seu efetivo - composto de 370 mil pessoas - por meio de uma dieta balanceada diária”. Eles argumentam que a alimentação é direito assegurado ao militar, assim como as refeições fornecidas aos funcionários em atividade, defendendo a necessidade dos gastos. O Ministério da Educação manifestou-se, explicando que se trata de uma pasta complexa, com muitas atividades vinculadas ao Ministério, e os custos implicam nas exigências de cada uma delas. O MEC limitou-se ao gasto de 85 mil reais com gêneros alimentícios.

A reprodução da notícia em outros mídias: quando “a notícia” repercute

Após a repercussão do *Portal Metrôpoles* com o gasto dos órgãos do Executivo Federal em alimentos, os demais portais de notícias reproduziram o fato. O *Portal UOL*, em 28 de janeiro de 2021, reproduziu a manchete: “*Gastos do governo federal com alimentação e leite condensado caíram em 2020*”, assinada por Demétrio Vecchioli.⁶

Abordando uma outra visão do fato, eles enfatizaram a redução de 25% desses custos em relação a 2019, quando foram gastos 3,7 bilhões de reais em gêneros alimentícios. O *Portal Uol* apresentou um comparativo de compras do governo entre 2019 e 2020, mostrando os valores efetivamente pagos em cada ano, para comprovar que estes diferem

⁶ VECCHIOLI, Demétrio. Gastos do governo federal com alimentação e leite condensado caíram em 2020. *Uol*. Brasil, p. 01-03. 28 jan. 2021. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2021/01/28/gastos-com-alimentacao-do-governo-federal-caem-25-em-relacao-a-2019.htm>. Acesso em: 19 março de 2021.

dos números apresentados pelo site Metrôpoles. “*O que o Portal Metrôpoles fez, na verdade, foi comparar o que foi pago em 2019 das compras relativas a 2019 e o que foi pago em 2020 das compras relativas a 2019*” (PORTAL UOL).

A notícia teve como enfoque principal a redução do montante gasto para a maior parte dos produtos, comparado entre 2019 e 2020, trazendo como um exemplo a azeitona, que teve o seu gasto reduzido em 62%. O *Portal Uol* anexou alguns pedaços da nota emitida pelo Ministério da Defesa, justificando os gastos com alimentação e a compra de leite condensado em quantidade: “O leite condensado é um dos itens que compõem a alimentação por seu potencial energético. Eventualmente, pode ser usado em substituição ao leite. Ressalta-se que a conservação do produto é superior à do leite fresco” (MINISTÉRIO DA DEFESA, Nota, 28 de janeiro de 2021).

A CNN e “o outro lado da notícia”

A CNN, emissora inaugurada no Brasil em março de 2020, trouxe a visão de Caio Coppolla, um de seus comentaristas, a respeito desse caso. No dia 27 de janeiro, a emissora publicou em seu portal de notícias uma matéria com a seguinte manchete: “*Caio Coppolla: gastos com alimentação de servidor são menores que R\$5 por dia*”.⁷

O texto expõe que os gastos do governo federal estão no alvo de pedidos de investigação por parte dos partidos políticos, após reportagem publicada pelo *Metrôpoles* revelar que o Executivo gastou mais de R\$1,8 bilhão com alimentos e bebidas em 2020. No quadro Liberdade de Opinião, do Visão CNN, Coppolla opinou sobre o assunto, enfatizando a “desonestidade intelectual” dos portais de notícia ao apresentar os gastos da administração federal sem contextualização.

Obviamente, é o Ministério da Defesa que registra as maiores dotações orçamentárias para alimentos e bebidas, na ordem de R\$632 milhões por ano. Afinal, ele é o responsável pela alimentação de todas as Forças Armadas, que, segundo nota oficial, tem cerca de 370 mil pessoas no seu efetivo. Aqui, eu proponho a primeira conta, para os menos preguiçosos: se a gente pegar R\$632 milhões e dividir por 370 mil pessoas, são R\$1.708 por ano, por pessoa. Esses R\$1.708 anuais, divididos em 12 meses, representam um gasto médio de R\$142 por mês, por pessoa - ou R\$4,73 por dia. Alguém aí acha esse um valor absurdo? São menos de R\$5 por dia.”, afirmou o advogado (COPPOLLA, 27 de janeiro de 2021).

⁷ COPPOLLA, Caio. Gastos com alimentação de servidor são menores que R\$ 5 por dia. CNN. São Paulo, p. 01-02. 27 jan. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/politica/2021/01/27/caio-coppolla-gastos-do-governo-com-alimentacao-sao-despesas-dentro-da-lei>. Acesso em: 30 março de 2021.

Caio Coppolla ainda acrescenta que esses gastos são justificáveis e estão dentro da lei, e que a forma como essa pauta foi repercutida pela imprensa demonstra uma perseguição ao governo Bolsonaro. A matéria é concluída com a afirmação de que as opiniões expressas na matéria indicam somente o posicionamento do mesmo e, não necessariamente, da CNN e de seus funcionários.

Jornal Nacional: silenciamento do caso e as cobranças nas redes

A polêmica dos gastos do Governo Bolsonaro foi reproduzida nos mais diversos noticiários do Brasil, desde o *Metrópoles*, o *UOL*, até a *CNN* e o Portal *R7*. O que mais chamou a atenção dos brasileiros foi o *Jornal Nacional*, o principal e o mais influente telejornal do país, não abordar o assunto em momento algum, durante as suas edições.

Portais de notícias como *RDI*, *Notícias da TV* e *TV Prime* questionaram a ausência de uma pauta tão importante sobre o meio político, desde que a situação veio à tona. Além disso, muitos internautas criticaram nas redes sociais a posição do *Jornal Nacional* ao ignorar a polêmica dos gastos do governo de Jair Bolsonaro em gêneros alimentícios, uma vez que isso contraria o compromisso do jornalismo com a verdade.

Mesmo a imprensa sendo atacada pelo Presidente da República pela repercussão do caso, o *JN* não se manifestou. Parece que a Globo não quis entrar nesta polêmica, mas, em 27 de janeiro de 2021, o *Jornal Nacional* divulgou a notícia: “*Presidente Bolsonaro reafirmou compromisso do governo com teto de gastos*”⁸, trazendo o pronunciamento sobre a aprovação de reformas para a retomada da economia.

Repercussão nas redes sociais: os *memes* e discursos de protestos

Chagas (2018) explica que os *memes* são fenômenos da internet responsáveis por popularizar determinados assuntos a partir do conteúdo compartilhado em massa. Segundo o autor, têm como características acrescentar humor à mensagem transmitida, buscando entreter os usuários. Os *memes* utilizam elementos que recorrem ao sarcasmo e à ironia para satirizar o conteúdo original, sendo muito populares na internet. Os custos do governo federal com alimentação tiveram grande repercussão em todos os meios de

⁸ **JORNAL NACIONAL**, Jornal. Presidente Bolsonaro reafirmou compromisso do governo com teto de gastos. Rede Globo. Rio de Janeiro, 26 de janeiro de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9213333/>. Acesso em: 30 março de 2021.

comunicação, inclusive nas redes sociais.⁹ O que mais se destacou sobre esse caso, no entanto, foi o valor gasto com leite condensado, totalizando R\$15 milhões de reais somente em 2020. Esta situação ficou conhecida como “a polêmica do leite condensado”. Os brasileiros utilizaram a internet para se manifestar, seja através do Facebook, Instagram, Twitter ou em blogs. Internautas criticaram os gastos supérfluos enquanto o país enfrentava a crise sanitária da Covid-19 com hospitais superlotados.

Figura 1

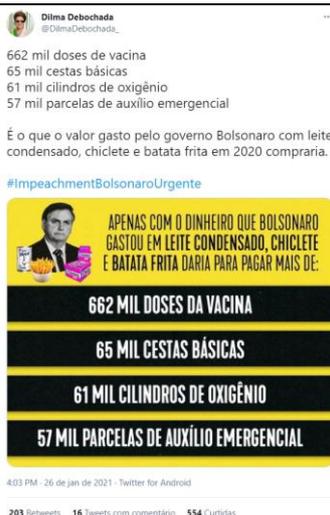


(Reprodução: Facebook)

Na Figura 1, o Facebook do “Quebrando o Tabu” traz a mensagem que de “o Brasil está quebrando, chefe” e questiona os gastos: “Batata frita – R\$ 16.582.463,23, Chiclete – R\$ 2.203.681,89, Leite Condensado – R\$ 15.641.777,49”. Questiona a falta de dinheiro para a compra de oxigênio aos hospitais atenderem os pacientes com Covid-19 quando Manaus passava pelo pior momento da pandemia: “Quantos cilindros de oxigênio dariam para comprar com este dinheiro todo?”, diz a postagem.

Figura 2

⁹ **PODER360**. Gastos do governo com alimentos rendem memes nas redes sociais. Site Poder 360. Brasília, 27 de janeiro de 2021. p. 01-03. 27 jan. 2021. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/brasil/gastos-do-governo-com-alimentos-rendem-memes-nas-redes-sociais/>. Acesso em: 30 março de 2021.



Na Figura 2, o perfil “Dilma Debochada” no Twitter questiona os gastos exagerados com Alimentação por parte do governo federal em plena pandemia enquanto faltam vacinas e cestas básicas para atender à população. De acordo com as postagens, o valor gasto pelos órgãos com itens supérfluos, como batata frita, leite condensado e chiclete se tornaram alvo de críticas nas redes sociais, principalmente porque tanto dinheiro poderia ser revertido para gastos com a pandemia da Covid-19. Os brasileiros se manifestaram por meio de charges críticas e *memes*.

Figura 3



Essa charge faz um trocadilho dos termos “barra”, que representa a dificuldade de algo, e “leite derramado”, que significa algo que já aconteceu, colocando “barra de cereal” e “leite condensado” no lugar, a fim de ironizar sobre os alimentos que estiveram entre os mais gastos pelo governo.

Figura 4



A Figura 4 é a que ficou mais popular nas redes sociais. Tornou-se um *memé* com grande força simbólica, que viralizou e por isso deu grande visibilidade ao assunto, tanto que virou a “a polêmica do leite condensado”

Figura 5



Já as Figuras 4 e 5 são *memes* que recorrem à ironia e à sátira, como a de Hildegard Angel, que utiliza a figura da personagem Nazaré (uma vilã popularmente conhecida), para crítica Bolsonaro e as mortes de Covid-19 por falta de oxigênio.

Os *memes* do leite condensado enfatizam que o caso viralizou e ficou conhecido como a “polêmica do leite condensado”, ironizando a importância que Bolsonaro dá ao Leite Moça, como se pudesse ser a salvação da pandemia.

Após as diversas declarações e questionamentos em todos os meios de comunicação por conta das compras do governo, o Portal da Transparência ficou fora do ar no dia 26 de janeiro. A ferramenta de prestação de contas do governo ficou indisponível até o dia seguinte, após a polêmica motivar pedidos de investigação contra o Executivo. Toda essa mobilização em relação ao leite condensado levou o Portal a se pronunciar em sua página oficial do Twitter, justificando que, por meio da ordem bancária para o pagamento, não haveria como saber se o valor pago teria sido somente em leite condensado ou se outros itens listados no contrato estavam inclusos.

Por outro lado, os apoiadores do governo utilizaram de suas redes sociais para se manifestar sobre o assunto, afirmando que os custos diziam respeito a todos os órgãos do governo federal, e não somente à Presidência da República. Tal qual em outras situações, eles divulgaram essa informação como se as matérias publicadas pelos portais de notícia fossem *fake news* inventadas para desestabilizar o governo de Jair Bolsonaro.

O posicionamento do Presidente da República em relação à reprodução da imprensa quanto a matéria divulgada pelo Portal Metrôpoles também chamou muita atenção dos internautas. Durante um evento em Brasília no dia 27 de janeiro, Jair Bolsonaro rebateu as críticas sobre os gastos com leite condensado direcionando ofensas à mídia, como: “*O leite condensado é pra enfiar no rab* da imprensa*”.

Por meio de uma *live* em suas redes sociais, onde uma lata de leite Moça estava sob a mesa, ele comentou o assunto de forma irônica e comparou o total gasto em gêneros alimentícios entre o seu governo e os governos anteriores. Bolsonaro compartilhou em seu canal no *Telegram* o trecho de um texto que circulou entre os seus apoiadores, afirmando que o leite condensado é utilizado pelo Ministério da Defesa e pela Fundação Nacional do Índio em missões em locais distantes. “Os maiores compradores da iguaria são o Ministério da Defesa e a Funai, por um motivo comum: em locais distantes e pouco acessíveis, não é viável o transporte e o armazenamento de leite fresco, que estraga rapidamente”.

Considerações Finais

A partir dos debates feitos, primeiro, entende-se como, por meio da “polêmica do leite condensado”, pode-se entender o conceito de acontecimento como algo que foge à normalidade e torna-se notícia e vira uma disputa de sentidos (França, 2012). Fica

evidente o conceito de narrativa e jornalismo transmídia (Jenkins, 2009) sobre como um mesmo fato pode ser transmitido por meio de diferentes narrativas, assim como observado nos diferentes enfoques dados pelo *Portal Metrôpoles*, *UOL*, pela *CNN* e a omissão do *Jornal Nacional* quanto aos gastos dos órgãos do governo de Jair Bolsonaro em gêneros alimentícios. Desde a publicação no *Portal Metrôpoles*, a notícia veiculada pelo *UOL* e as justificativas apresentadas pela *CNN*, observa-se como cada versão, ainda que de forma autônoma, contribui para que o receptor tenha acesso à história como um todo.

A polêmica do leite condensado e os gastos do governo federal com alimentação traz uma boa representação do que a narrativa transmídia analisa, uma vez que ela é conceituada por Jenkins (2009). Percebe-se a importância das redes sociais na transmissão das notícias nos dias atuais, posto que muitas pessoas utilizam de meios como Facebook e Twitter como meios de informação e foram canais fundamentais para que a polêmica do leite condensado chegasse a mais pessoas. A repercussão dos gastos nas redes permitiu que os brasileiros questionassem a necessidade do alto investimento em alguns itens alimentícios e usassem desse espaço como meios de manifestação, que levaram, inclusive, à investigação do Governo Federal por conta desses gastos.

É necessário enfatizar, portanto, a importância de não acatar somente uma fonte jornalística como verdade e buscar a confirmação em outros canais confiáveis, uma vez que, se não distorcidos, as diferentes visões abordadas pelos portais de notícia podem trazer visões complementares sobre um evento. Contudo, faz-se necessário filtrar o que é ou não confiável nesses meios, uma vez que estes também podem ser usados para a distorção de diversos fatos e a transmissão de *fake news*.

Referências

ALZAMORA, Geane; TARCIA, Lorena. Convergência e transmídia: galáxias semânticas e narrativas emergentes em jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 8, n.1, 2012, p.22-35.

BOLSONARO, JAIR. Bolsonaro faz *live* com lata de leite condensado e ironiza gastos de outros governos. S.I, 2021. (2 min.), son., color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=alJPFg0nxHQ>. Acesso em: 30 mar. 2021.

BOLSONARO, JAIR. latas de leite condensado são para "enfiar no rabo da imprensa". S.I, 2021. (051 min.), son., color. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HSydzvrjWU4>. Acesso em: 30 mar. 2021.

BRAGA, José Luiz. Circuitos *versus* campos sociais. In: MATTOS, M.A.; JANOTTI JÚNIOR, J.; e JACKS, N. (Orgs). **Mediação & Mdiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012, p.29-52.

CARDOSO, Letycia. Brasileiros fazem memes para ironizar gastos de R\$ 15 milhões do governo Bolsonaro com leite condensado. *Extra*. Brasil, p. 01-03. 26 jan. 2021. Disponível em: <https://extra.globo.com/economia/brasileiros-fazem-memes-para-ironizar-gasto-de-15-milhoes-do-governo-bolsonaro-com-leite-condensado-24855719.html>. Acesso em: 30 mar. 2021.

CHAGAS, Viktor. A febre dos memes de política. *Revista Famecos (online)*, Porto Alegre, v. 25, n. 1, janeiro, fevereiro, março e abril de 2018

FRANÇA, V.R.V. O acontecimento e a mídia. *Galáxia* (São Paulo, Online), n. 24, p. 10-21, dez. 2012.

HJARVARD, Stig. Mídiaatização: conceituando a mudança social e cultural. *Matrizes*. São Paulo. 29 (54), 7 p.-7 p., 2013.

JENKIS, Henri. 2009. *Cultura da Convergência*. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

OLIVEIRA, LA.; QUADROS, A.R.; FERNANDES, C.M. A 'Revanche' e 'Os Perversos': como Eliane Brum aborda Jair Bolsonaro na sua eleição e nos seus 100 primeiros dias de governo. *Anuario Estudios en Comunicación Social Disertaciones*, v. 14, p. 1-1, 2021.

OLIVEIRA, L. A. de; FERNANDES, C. M.; CHAGAS, G. C. Novos passos do golpe: o enquadramento da Reforma da Previdência no Jornal Nacional. *Contracampo*, Niterói, v. 37, n. 02, pp. 59-86, ago.2018/nov. 2018.

PERNISA JÚNIOR, C.. Jornalismo transmidiático ou multimídia? *Interin* (Curitiba), v. 10, p. 1-11, 2010.

RODRIGUES, A.D. O Acontecimento. In: TRAQUINA, N. *Jornalismo*. Questões, Teorias e Estórias. Lisboa: Ed. Vega, 1993, p.27-31.

SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas Transmídias: Consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. *Parágrafo*, Jan/jun.,2015, v.1, N.3, 7-19. s >. Acesso em abr. 2021.