CADÊ O BRASIL REAL?

A sabatina da Globo seguiu o padrão que se vê diariamente nos portais de notícias: benevolência com Lula e pressão constante sobre Flávio. O presidente recebe espaço para justificar decisões e anunciar benefícios. O adversário enfrenta perguntas insistentes e repetidas. A igualdade de tempo serve de argumento para uma isonomia que desaparece na condução da entrevista.

Lula apresenta seu pacote de anúncios do ano eleitoral com créditos, renúncias, reajustes e programas que comprometem as contas públicas. Faltou insistência para fazê-lo explicar como pretende pagar essa conta, como explicar os mais de 20 mil cargos comissionados criados no atual mandato. Com Flávio, sobraram interrupções e pedidos de esclarecimento. Cada resposta parecia abrir outra rodada do mesmo assunto, consumindo o tempo que poderia ser usado para apresentar suas propostas e discutir a situação do país.

Mesmo assim, Flávio encontrou espaço. Falou de corte de ministérios, redução da estrutura do governo, exploração na margem equatorial, segurança pública e retomada do poder de compra do brasileiro. Defendeu reajuste do salário mínimo acima da inflação e respondeu sobre pisos salariais. Também apontou a saída do atual governo como o primeiro passo para reorganizar o Brasil. Explicou o que pretendia fazer, apesar da condução da entrevista que o mantinha permanentemente na defensiva.

A cobertura posterior completou o serviço. O diagnóstico sobre o Brasil perdeu espaço para o relato do que ele teve de explicar. Os portais destacaram os pontos de atrito, as cobranças e as controvérsias. Com Lula, as justificativas do presidente encontraram caminho mais livre para circular. É o tratamento que o eleitor já conhece, apresentado como equilíbrio numa entrevista de grande audiência.

Lula tem quatro anos de governo pelos quais precisa responder. Ampliou estruturas, distribuiu cargos e definiu prioridades. Agora pede mais quatro anos enquanto anuncia novas medidas com impacto fiscal. Deveria explicar de onde sairá o dinheiro, quais gastos serão revistos e o que deixará para o próximo mandato. Invocar os pobres não encerra a discussão sobre desperdício e privilégios.

O Brasil real ficou pelo caminho. A dívida elevada, os juros altos, o crédito caro, as famílias endividadas e o domínio do crime organizado mereciam ocupar o centro da conversa. Flávio tentou falar do país. Se tivesse encontrado mais espaço para desenvolver seu raciocínio e apresentar suas propostas, o eleitor teria visto com mais clareza a dimensão da escolha que fará. Talvez a eleição já estivesse resolvida. Mas a sabatina virou interrogatório.

Há bilhões de reais em publicidade circulando no ambiente midiático. De janeiro de 2023 até agora, o governo e as principais estatais gastaram ao menos R$ 4,1 bilhões com propaganda, segundo levantamento do Poder360. Esse dinheiro chega a veículos que selecionam manchetes, conduzem entrevistas e decidem o que merece repercussão. Os beneficiários dessas verbas têm seus interesses. O eleitor tem direito de considerar isso ao avaliar a cobertura da imprensa.

Noventa milhões de brasileiros continuam sem coleta de esgoto, 26% do território brasileiro é comandado por facções, 80% das famílias estão endividadas.

Esse Brasil desaparece quando Flávio é mantido num interrogatório e Lula recebe espaço para repetir sua propaganda. Uma vitória decidida pela exposição clara das propostas talvez fosse possível. Mas não parece interessar a quem recebe bilhões para divulgar o país que o governo quer mostrar.

- **Isonomia aparente:** A igualdade de tempo contrastou com a condução das entrevistas: Lula teve espaço para justificar decisões e anunciar benefícios, enquanto Flávio enfrentou interrupções, cobranças insistentes e perguntas repetidas.
- **Brasil fora da pauta:** Dívida elevada, juros altos, crédito caro, 80% das famílias endividadas, 90 milhões de brasileiros sem coleta de esgoto e 26% do território sob comando de facções perderam espaço para controvérsias e cobranças dirigidas a Flávio.
- **Publicidade e cobertura:** Governo e principais estatais gastaram ao menos R$ 4,1 bilhões em publicidade desde janeiro de 2023, verba destinada também a veículos que selecionam manchetes, conduzem entrevistas e definem a repercussão dos acontecimentos.

