A VINGANÇA DO TOMATEZINHO

Em 2013, quando a inflação dos alimentos desgastava o governo Dilma Rousseff, Ana Maria Braga apareceu na televisão com um colar de tomates. A imagem ganhou o país. Lula, num encontro com militantes em Belo Horizonte, ironizou. Disse que não iria permitir que um "tomatezinho" quebrasse a força da economia.

Treze anos depois, o assunto voltou a incomodar o petista. Agora, porém, é ele quem ocupa a Presidência e precisa responder pelas promessas que fez. E Ana Maria Braga apareceu mais uma vez com o colar de tomates.

O tomate acumulou quase 90% de alta entre janeiro e outubro deste ano. A cebola subiu mais de 11% só em outubro. Os preços trazem de volta a lembrança de 2013, com um agravante: em 2022, Lula transformou a picanha e a cerveja gelada em símbolos da prosperidade que prometia devolver ao brasileiro.

A promessa era fácil de entender. O trabalhador voltaria a reunir a família para um churrasco de domingo sem precisar fazer tantas contas. Agora, até a velha estratégia de se oferecer para levar apenas o vinagrete não é mais vantagem. Com tomate e cebola nesses preços, quem assume a salada talvez precise de ajuda para dividir a despesa.

Lula conhece a força política da comida. Foi por isso que escolheu a picanha como imagem de campanha. Uma mesa farta comunica mais do que qualquer gráfico. O problema começa quando a propaganda encontra a etiqueta de preços. O mesmo consumidor que ouviu a promessa precisa decidir o que consegue colocar no carrinho e o que ficará para outra semana.

Não adianta responder apenas com indicadores gerais. A inflação pode desacelerar sem que os alimentos mais caros voltem aos preços anteriores. O consumidor não faz compras pela média nacional. Ele compara o valor do tomate na banca, diminui quantidades, troca produtos e calcula quanto ainda falta para pagar o restante das despesas do mês.

É verdade que chuvas, safras e problemas de abastecimento influenciam os preços. O presidente não controla o clima. Mas Lula também não fez campanha prometendo boas condições meteorológicas. Prometeu recuperar o poder de compra e escolheu o churrasco como representação dessa melhora. A cobrança, portanto, nasceu de uma expectativa que ele próprio ajudou a criar.

Em 2013, o "tomatezinho" serviu para diminuir uma reclamação que já estava nas ruas. Hoje, a lembrança mostra o risco de tratar o custo de vida como detalhe sempre que ele contraria o discurso oficial. O brasileiro pode desconhecer as decisões do Copom e as metas da Fazenda, mas sabe quanto levou ao mercado e quantas sacolas conseguiu trazer de volta.

Há uma perda que não aparece nos pronunciamentos. Quando um alimento sobe demais, a família reduz a quantidade, procura substitutos ou desiste da compra. São pequenas renúncias que se acumulam. Poder escolher o que colocar na mesa, sem depender de promoção nem calcular cada centavo, também fazia parte da vida melhor anunciada no palanque. E cada produto deixado para trás é uma lembrança de que a promessa ainda está distante da realidade de muita gente.

A ironia de 2013 envelheceu mal. Lula pode explicar a safra, citar a inflação média e repetir que a economia melhorou. Ainda assim, terá de responder pela distância entre a mesa que prometeu e aquela que o brasileiro consegue pagar.

O "tomatezinho" voltou para cobrar uma promessa que nunca coube em um diminutivo: a de devolver ao trabalhador o poder de reunir a família para um almoço de domingo, num país onde até uma simples salada exige fazer as contas.

- **Colar de tomates:** Ana Maria Braga volta a usar o colar que virou símbolo da alta dos alimentos em 2013, quando Lula falou em "tomatezinho".
- **Vinagrete caro:** O tomate acumulou alta de quase 90% entre janeiro e outubro, e a cebola subiu mais de 11% só em outubro.
- **Churrasco prometido:** A picanha e a cerveja gelada simbolizaram a prosperidade prometida por Lula em 2022. Hoje, o preço dos alimentos leva famílias a reduzir quantidades, trocar produtos ou desistir da compra.

