

TALES FARIA

Jornalista e comentarista de política

Flávio gravou vídeo de sua campanha e do adversário

A equipe da campanha de Flávio Bolsonaro (PL-RJ) à Presidência da República disse à imprensa que, nesta terça-feira, 07, na audiência pública do Escritório do Representante Comercial dos Estados Unidos (USTR na sigla em inglês), ele cumpriu o roteiro que estava programado para sua fala.

Do ponto de vista prático, a intervenção de um candidato a presidente do Brasil pela oposição não ajudaria em nada nas negociações com Donald Trump. Pelo contrário. O mais provável era que ele fosse à audiência para criar dificuldades ao governo a que se opõe. E foi exatamente assim que o senador Flávio Bolsonaro agiu.

Mas o que a campanha quis dizer com roteiro programado? Programado para quê?

Inicialmente, como já foi dito, para criar dificuldades às negociações do governo. Depois, para tentar desfazer a má impressão que o clã deixou no eleitorado quando pediu e comemorou a primeira leva do tarifaço dos EUA contra o Brasil.

Então Flávio resolveu anunciar que iria pedir que não haja tarifaço algum antes as eleições. Chegou a defender, em carta enviada no dia 2 ao USTR, que o tarifaço seja adiado por 180 a 270 dias. Não notou que, ao pedir adiamento, estava confirmando a defesa do tarifaço, o que desagradou ao empresariado brasileiro. Então passou a dizer, já lá nos EUA, que defende o fim do tarifaço, não ape-

nas o adiamento. Mas o estrago já estava feito.

Por fim, o roteiro para a fala de ontem no USTR prevê a sua gravação para ser reproduzida nos vídeos da campanha eleitoral. É o que se quis dizer com “cumpriu o roteiro”: uma fala curta, de cinco minutos, mas com espaço suficiente para ser editada e ter bons trechos reproduzidos no horário eleitoral e nas redes sociais.

A ideia é mostrar que ele buscou defender o país, atacando o governo de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) que – no seu discurso – é o responsável pelas ameaças de tarifaço do Donald Trump. Segundo sua versão, o tarifaço é apenas uma reação do líder norte-americano aos discursos agressivos de Lula contra os EUA. Se for ele o eleito para o Palácio do Planalto, será muito mais fácil um entendimento com Donald Trump.

De fato, na carta que pediu ao USTR o adiamento do tarifaço, Flávio demonstrou total boa vontade. Sugeriu que, se eleito, poderá até acabar com o Mercosul. Acenou com a edição de uma lei para limitar transações com pix, assim como propôs – entre outras vantagens para os EUA – a eliminação de tarifas para o etanol e a redução da carga tributária de empresas de cartão de crédito.

Juntando sua fala com a carta – coisa que qualquer marqueteiro sabe fazer muito bem – o pré-candidato produziu matéria prima para ele, mas também para a equipe da campanha pela reeleição do presidente Lula. Que já deve estar preparando as “chamadas”.

De uma só vez, no mínimo, Flávio Bolsonaro gravou nos EUA vídeos para a sua campanha e a do adversário. Pode-se dizer que é um fenômeno de marquetagem.

JOLIVALDO FREITAS

Escritor e jornalista, autor de Cemitério de Cães Noturnos.

A Seleção Nutella

Acabou! Já era! O Brasil é mesmo um país de era uma vez. Era uma vez um país que exportava futebol como quem exportava commodities. O dribble era identidade nacional, a ginga era DNA, a parceria o animava. Tinha-se a nítida impressão de que nossos pés nasciam com uma bola de couro grudada. Ou seria uma extensão? Hoje, a bola parece ser feita de aço líquido que queima na aproximação, e todo jogador tira o pé ou deixa para o inimigo pegar sem medo e levá-la à frente. E nisso tome ferro. E a parceria virou uma matilha de parças.

Hoje, a seleção brasileira virou Nutella. Tem cara de seleção, jeito de seleção, rótulo de seleção, mas não tem gosto de seleção. É fake, como fake é a CBF e fake é a Fifa, onde quem manda é o presidente Donald Trump, que ameaçou dar vermelho ao presidente da entidade se não revertesse o cartão vermelho dado por um juiz ao jogador da Seleção dos EUA.

Não vamos dizer que o Brasil seja ruim, tecnicamente. Mas que virou um produto genérico, sem sabor marcante, virou. Daquele tipo que você compra no supermercado quando não há outras opções. Parece futebol, tem o formato de futebol, mas falta o gosto de futebol. Nossa seleção é mais uma, como a Áustria, Chile, Angola, Austrália. Tenho certeza de que, se a Seleção Brasileira pega um Flamengo ou Palmeiras embalado, não ganha.

Um time que vive de Vini Jr e mais ninguém. Juro que tinha jogador na seleção de quem eu nunca tinha ouvido falar. O Brasil parece que engordou e perdeu a ginga, aquela malandragem que fazia o adversário olhar para o lado e a bola sumir. Saudade de Ronaldinho Gaúcho. O dribble, que era arte, virou risco desnecessário no PowerPoint de algum analista europeu. Saudade de Garrincha. A ousadia, que era nos-

sa assinatura, agora é calculada, pasteurizada, ensaiada. Saudade de Rivaldo.

Nessa Copa 2026, jogamos como quem cumpre tabela. Passa, corre, cruza — tudo muito correto, muito previsível. Até o amarelo da camisa parece mais claro, mais diluído. Aguado. Meninos amarelos, netos de vó, e não era o goleiro Vozinha. Seleção de meninos cheios de lombrigas.

É futebol de shopping center. Bonito na praça, mas sem personalidade. Uma seleção que você esquece no meio do jogo, porque não tem aquele tempero que arde na língua e faz falta depois. Um ou outro tinha coragem de dividir a bola. Disputar a bola na raça e no tapa, coisas que os argentinos, que eu acho que irão ganhar de novo a Copa, têm em até demasia.

A verdade é que a seleção brasileira virou mais uma. E o pior: todo mundo já percebeu. Até o torcedor, que agora assiste aos jogos com a mesma empolgação de quem vê uma partida de vôlei sentado — sabe que é importante, mas não sente o calafrio. Uma pesquisa antes da Copa mostrava a maioria do torcedor brasileiro sem a menor empatia com os jogadores.

O Brasil, que dava medo, agora dá pena. O futebol, que era feijoada pesada, com bastante tempero, virou um prato congelado, de regime, sem sabor. Aquece rápido, mata a fome, mas não alimenta a alma. E pior é que, depois do jogo contra a Noruega, com os vikings botando para lenhar, nem tinha as imagens do Caboclo e da Cabocla, antes do imaginário baiano e protetores da Bahia, pois no dia anterior tinham sido levados de volta para suas habitações no bairro da Lapinha. O jeito foi chorar nos bares e nas esquinas ou, como diria o doido do Donald Trump, usando o grande “clássico” do cancião baiano: “chora na minha”.

Pensar que bastava ter levado para a Copa Everton Ribeiro, Juba, Jean Lucas e Mateuszinho que seria diferente. Ouvi um pai-de-santo vaticinar. E uma cigana também. E um bêbado na Feira das Sete Portas e bebado não erra.

Editorial

Quanto vale a reparação ambiental?

Dois anos depois da mortandade de peixes que atingiu o Rio Piracicaba, o Ribeirão Tijuco Preto e a Área de Proteção Ambiental Tanquã, o caso chega a um momento decisivo. A recusa da Usina São José em firmar um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) encerra, ao menos por enquanto, a tentativa de uma solução consensual para um dos episódios ambientais mais marcantes da região.

O Ministério Público informou que, diante da negativa, recorrerá à Justiça para buscar a reparação dos danos ambientais e socioeconômicos. É um caminho que tende a ser mais demorado, mais complexo e, muitas vezes, menos eficiente do que um acordo construído entre as partes. Ainda assim, quando o consenso não é possível, cabe às instituições cumprir seu papel.

Independentemente do desfecho judicial, há um aspecto que não pode ser ignorado: desastres ambientais produzem efeitos que ultrapassam os limites do local onde ocorrem. Afetam a biodiversidade, comprometem a qualidade da água, impactam atividades econômicas, como a pesca, e deixam marcas que podem persistir por anos. A recuperação desses ecossistemas exige planejamento, investimento e acompanhamento contínuo.

A legislação brasileira prevê instrumentos importantes para resolver conflitos ambientais, entre eles o TAC. Mais do que um documento, trata-se de uma oportunidade para estabelecer compromissos concretos de reparação e prevenção, reduzindo o tempo de resposta diante de danos coletivos. Quando essa possibilidade é rejeitada, resta ao Judiciário decidir sobre responsabilidades e medidas compensatórias.

Ao mesmo tempo, o devido processo legal deve ser respeitado. A empresa tem direito à ampla defesa e ao contraditório, princípios fundamentais do Estado de Direito. Isso, porém, não diminui a importância de uma apuração rigorosa nem afasta a necessidade de que eventuais responsáveis respondam pelos prejuízos causados, caso isso seja confirmado ao fim do processo.

O caso do Rio Piracicaba também reforça uma discussão mais ampla: prevenir é sempre menos custoso do que reparar. Investimentos em fiscalização, monitoramento ambiental, gestão de riscos e segurança operacional não devem ser vistos como despesas, mas como medidas indispensáveis para evitar novos episódios.

Mais do que encerrar um processo, a sociedade espera que este caso produza resultados concretos. A responsabilização, quando cabível, e a recuperação ambiental são fundamentais. Mas a principal lição deve ser a construção de mecanismos capazes de impedir que tragédias semelhantes voltem a comprometer um patrimônio natural que pertence a todos.

OPINIÃO DO LEITOR

Vexame

Longe de ser uma eliminação gloriosa, foi um vexame histórico. Noruega jogou melhor. Brasil tonto e sem criatividade. Todas as seleções cresceram e evoluíram. Nós paramos. Regredimos. Perdemos o respeito. Ninguém teme mais o Brasil. A renovação precisa ser imediata e rigorosa. O quadro decepcionante só mudará com vitórias e conquistas.

Vicente Limongi Netto, Brasília - Distrito Federal

Contribuições por e-mail: redacao@jornalcorreiodamanha.com.br

Correio da Manhã

FUNDADO EM 15 DE JUNHO DE 1901

Edmundo Bittencourt (1901-1929) | Paulo Bittencourt (1929-1963) | Niomar Moniz Sodré Bittencourt (1963-1969)

www.correiodamanha.com.br

Publisher
CLÁUDIO MAGNAVITA
redacao@correiodamanha.com.br

REDAÇÃO

Afonso Nunes (editor #cm 2) Gabriela Gallo, Ivo Ribeiro, Marcelo Perillier, Pedro Sobreiro, Rudolfo Lago (editor), William França e Rafael Lima (Coordenador editorial)

Serviço noticioso: Folhapress e Agência Brasil

EDITORIA DE ARTE

Coordenação: José Adilson Nunes (projeto gráfico); Diagramação: Anderson Sá, Ricardo Gomes (projeto gráfico) e Thiago Ladeira - Marcos Lima (Gestor de TI)

TELEFONES

(21) 2042 2955 Whatsapp: (21) 97948-0452 | (11) 3042 2009 | (61) 4042-7872

RIO DE JANEIRO
Av. João Cabral de Mello Neto
850 Bloco 2 Conj. 520
Rio de Janeiro - RJ CEP
22775-057

BRASÍLIA
ST SIBSQuadra 2 conjunto B
Lt 10 - Nucleo Bandeirantes
Brasília - DF CEP 71736-20

SÃO PAULO
Av. Francisco Matarazzo, 1752, sala 2317,
Água Branca - São Paulo-SP, - CEP 05001-200
Campinas: Avenida Aquidabã, 766, Sala 51,
Centro - Campinas-SP, CEP 13010-132

Os artigos publicados são de exclusiva responsabilidade dos autores e não necessariamente refletem a opinião da direção do jornal