



Com imagem abalada, Flávio troca marqueteiro

Marcello Lopes será substituído por Eduardo Fischer, um dos mais premiados publicitários do país, que terá a tarefa de gerenciar a crise de reputação do pré-candidato do PL à Presidência da República, envolvido com Daniel Vercaro, dono do Master

» VINICIUS DORIA

A crise que se abateu sobre a pré-candidatura do senador Flávio Bolsonaro (PL-RJ) à Presidência da República, após a divulgação das relações que mantinha com Daniel Vercaro, dono do Banco Master, provocou a primeira baixa na equipe. O marqueteiro Marcello Lopes anunciou, ontem, a sua saída do comando da campanha. Ele será substituído pelo publicitário Eduardo Fischer, um dos nomes mais premiados da propaganda brasileira.

Fischer assume com a missão urgente de gerenciar a crise de imagem de Flávio e mitigar os danos provocados pela divulgação de áudios em que o pré-candidato pede dinheiro ao banqueiro para terminar o filme *Dark Horse* (O azarão) em homenagem ao pai, o ex-presidente Jair Bolsonaro. O publicitário também deve promover uma profissionalização na estrutura do comitê eleitoral do candidato do PL, com mudanças na atual equipe.

Segundo o *Correio* apurou, havia muito descontentamento com o trabalho de Marcello Lopes, ex-policial civil do DF e amigo de Flávio. Lopes exercia informalmente a função de marqueteiro da pré-campanha e só seria oficializado na função em junho. “Era uma relação conturbada, com muitas brigas internas e muita improvisação”, disse um interlocutor do pré-candidato.

“O publicitário, que é amigo pessoal do parlamentar, decidiu, neste momento, focar na própria empresa e priorizar os seus negócios. Lopes volta para os Estados Unidos para cumprir agenda familiar”, disse Lopes, em comunicado distribuído pela assessoria, após se reunir com Flávio Bolsonaro. Ele é dono da Cálix Propaganda, que tem, entre seus clientes, o BRB.

Hoje, Eduardo Fischer inicia a transição no comitê do senador. O novo marqueteiro é um dos nomes mais conhecidos e respeitados do mercado publicitário, cinco vezes premiado como “Publicitário do ano”. É dele a assinatura de alguns dos mais famosos comerciais da propaganda brasileira,

Sergio Lima / AFP



Novo comando do marketing tentará gerenciar crise de imagem de Flávio e mitigar os danos provocados pelo envolvimento do senador com Vercaro



Fischer tem muita experiência na área de criação, estratégia. Nós esperamos que seja alguém com condição de dar uma condição adequada para que nosso candidato seja visualizado

Rogério Marinho (PL-RN), senador e coordenador da campanha

como a campanha “Número 1” de uma cervejaria, lançada em 1991. Na época, Fischer era sócio do publicitário Roberto Justus. O nome dele foi indicação do coordenador da campanha de Flávio, o senador Rogério Marinho (PL-RN).

Adversários

Em plena crise da candidatura bolsonarista, os pré-candidatos Romeu Zema (Novo-MG) e Ronaldo Caiado (PSD-GO) passaram o dia de ontem em Brasília para aproveitar o palanque da Marcha dos Prefeitos, que reúne, até hoje, na capital federal, mais de 15 mil representantes dos municípios brasileiros. Os dois foram sabatinados, defenderam pautas

municipalistas, mas não conseguiram tirar o foco das atenções do escândalo Master e das revelações de que Flávio Bolsonaro não só pediu dinheiro a Vercaro como enviou dinheiro a Vercaro como encomenda. Após as críticas que recebeu da própria direita por ter atacado de forma incisiva as relações de Flávio com Vercaro, Zema chegou a ensaiar um recuo — pressionado, principalmente, pelos diretórios do Novo nos estados do Sul do país, muito ligados ao bolsonarismo. Porém, ele já foi avisado pelos assessores de seu comitê pré-eleitoral de que a estratégia de se contrapor ao filho 01 de Jair Bolsonaro

no campo da ética e da moralidade pode render adesões de eleitores decepcionados com o envolvimento de Flávio.

Por falta de recursos, a pré-campanha de Zema não conta com pesquisas diárias — o tracking eleitoral —, mas recebe as medições feitas pelo mercado financeiro sobre o sobe e desce das intenções de voto. Essas informações confirmam a queda de Flávio nos últimos dois dias, mas não apontam crescimento do ex-governador de Minas.

Para a equipe do pré-candidato, o escândalo minou a expectativa de vitória de Flávio na disputa com o presidente Luiz Inácio Lula da Silva. “O fato é que, neste momento, Lula recuperou o favoritismo”, atestou um dos estrategistas da pré-campanha.

Em Brasília, ao ser sabatinado pelos prefeitos, o ex-governador mineiro evitou polemizar com Flávio, mas reafirmou que não está satisfeito com as explicações do candidato do PL. “Continuo dizendo que fiquei decepcionado. As explicações, para mim, não foram convincentes, e precisamos tê-las. O Brasil precisa de um presidente que, para fazer as mudanças necessárias, tem que ter credibilidade”, disse Zema. Na avaliação dele, Vercaro (a quem chamou de “banqueiro bandido”) procurou “pessoas em quem ele via que seria bem recebido”.

“Contaminado”

Na disputa com Zema pelos eleitores descontentes com as revelações sobre Flávio, o ex-governador de Goiás Ronaldo Caiado manteve o tom respeitoso em relação ao, até agora, principal nome da oposição. Sem citar o senador fluminense, ele declarou, na Marcha dos Prefeitos, que Vercaro “contaminou todos os Poderes” e que “todos os Poderes estão envolvidos em escândalos”.

Negando ser uma indireta a Flávio, Caiado disse que “a vida do candidato deve ser pública, a pessoa que está contaminada não tem estatura para sentar na cadeira da Presidência da República”.

Desde que as relações perigosas entre Flávio e Vercaro vieram à tona, Caiado tenta se posicionar como alternativa mais viável da direita anti-Lula em caso de naufrágio da candidatura bolsonarista. Por isso, tem evitado críticas públicas ao senador. O time de analistas de seu comitê pré-eleitoral apurou, por pesquisas internas, que a queda de Flávio — entre três e quatro pontos percentuais, de acordo com tracking eleitoral dos últimos dois dias — ainda não se refletiu em transferência de votos para os oponentes. Ao contrário, os números internos mostram queda entre um e dois pontos percentuais na intenção de voto em Zema e estabilização de entre o eleitorado de Caiado.

No Planalto, Lula ouve demandas de prefeitos

» ÂNDREA MALCHER

Ausente na abertura e nas sabinas aos pré-candidatos à Presidência na Marcha dos Prefeitos, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva recebeu, no Palácio do Planalto, ontem, o presidente da Confederação Nacional dos Municípios (CNM), Paulo Ziulkoski, para tratar das pautas dos entes federativos.

Numa tentativa de diminuir o desgaste, Lula recebeu também 27 presidentes de entidades estaduais, um por estado. Durante o encontro, como foi relatado ao *Correio*, foi pedido que o governo não apoie a votação do reajuste do piso de profissionais do magistério e que não sejam criados programas federais sem a devida contrapartida de recursos, o que a CNM chama de “pautas-bombas” no Congresso. Sem

grandes promessas, Lula teria se colocado aberto a ouvir as demandas dos municípios.

O momento é importante para Lula, pois em meio aos desdobramentos do caso Master, que ligam o senador e pré-candidato Flávio Bolsonaro (PL-RJ), seu principal adversário, ao ex-banqueiro Daniel Vercaro, o petista vem ampliando sua vantagem nas pesquisas de intenção de votos.

Divulgada ontem, a pesquisa Vox Brasil mostra Lula à frente de Flávio em um eventual segundo turno, com 46,8% no cenário estimulado, ante os 38,1% do parlamentar.

Sem Lula na Marcha, o governo federal foi representado pelo vice-presidente Geraldo Alckmin, vaído em diversos momentos de seu discurso. Já Flávio Bolsonaro discursou por 30 minutos e foi ovacionado por prefeitos.

Luiz Roberto/TSE



Nunes Marques: conter “mentira tecnicamente otimizada”

“Desafio amazônico” com IA nas eleições

» IAGO MAC CORD

O presidente do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o ministro Kassio Nunes Marques, alertou que a inteligência artificial (IA) já exerce uma influência profunda e irreversível sobre os processos eleitorais, moldando a circulação de informações e a construção de narrativas políticas.

Marques classificou o combate à manipulação tecnológica de “desafio amazônico” para as eleições de outubro, definindo como ameaça principal não os boatos isolados, mas a “mentira tecnicamente otimizada”.

“A pergunta é: sob quais regras, sob quais controles, em benefício de quem, com que grau de transparência essa influência (da IA) será exercida. Se a resposta for técnica, proporcional e comprometida com a dignidade do eleitor, a inteligência artificial poderá fortalecer a

democracia. Se a resposta for omissa ou capturada por interesses privados, ela poderá comprometer a confiança no sistema”, salientou, na abertura do seminário Seta Debate — Inteligência Artificial nas Eleições 2026”, em Brasília.

Especialistas presentes ao evento destacaram que a desinformação produzida com auxílio da ferramenta quase sextuplicou no país, com a expectativa de que a IA generativa seja utilizada em larga escala no próximo pleito.

O risco é potencializado pela velocidade da tecnologia. O presidente do TSE explicou que uma deepfake lançada na véspera do segundo turno pode atingir milhões de eleitores antes que qualquer medida judicial seja efetivamente definida. Ele disse que, ante essa realidade, sua gestão buscará ser “vigilante sem ser autoritária”.