Campanha bolsonarista desebolsou R$ 70,3 milhões até sábado, priorizando os meios digitais — cujos dispêndios foram 5,5 vezes maior do que o do rival. Enquanto isso, valor investido por petistas somou R$ 65,6 milhões, com foco em eventos e propagandas

# Flávio gasta mais do que Lula

» LUÍZA ALTOÉ

Dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) mostram que, até o momento, as campanhas à Presidência dos candidatos Flávio Bolsonaro (PL) e Luiz Inácio Lula da Silva (PT) gastaram, respectivamente, R$ 70,3 milhões e R$ 65,6 milhões.

A menos de duas semanas do 2º turno da disputa, o filho mais velho do ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) já gastou 52,69% do limite permitido pelo TSE nos dois turnos, de R$ 133,4 milhões. A campanha do petista gastou 49,21%. Os valores do limite para a campanha presidencial deste ano é o mesmo de 2022, de R$ 88,9 milhões, no primeiro turno, e de R$ 44,5 milhões adicionais no segundo turno.

O levantamento do **Correio** analisou os gastos apresentados à Justiça Eleitoral, com dados atualizados até sábado. Contudo, a discrepância dos desembolsos entre os dois candidatos em mídias sociais é gritante. Na campanha bolsonarista, foram R$ 21,57 milhões, valor 5,5 vezes superior aos dispêndios do time petista, de R$ 3,89 milhões.

Contudo, o principal gasto dos dois canditados foi em consultoria de marketing e comunicação, sendo R$ 32,52 milhões para Lula e R$ 24,90 milhões para Flávio, que foi mais bem-sucedido do que o rival no primeiro turno, recebendo 47,03% dos votos válidos; enquanto o petista obteve 45,16%.

Tradicionalmente, as consultorias dos candidatos são responsáveis por ditar o ritmo da campanha ao atuar na construção da identidade pública de um candidato, além de no diagnóstico do cenário eleitoral, na definição de posicionamento, assim como na gestão de crise. São também essas equipes que participam da definição do estilo da campanha e seu público alvo.

Os dados do TSE mostram estratégias distintas adotadas pelas campanhas dos dois candidatos. Enquanto Flávio teve seu segundo maior gasto nas redes sociais (R$ 9 milhões), o petista investiu mais na publicidade impressa (R$ 6,91 milhões) e na realização de eventos (R$ 6,22 milhões).

No campo das redes sociais, a campanha bolsonarista destinou R$ 7,45 milhões à Meta para ampliar o alcance das suas publicações no Facebook e no Instagram. E, no caso de Lula, a empresa recebeu R$ 2,59 milhões para exercer a mesma tarefa. Os aportes miram um público massivo: dados do DataReportal 2026 mostram que 70,4% dos brasileiros usam redes sociais, com cerca de 147 milhões ativos no Instagram, e 129 milhões no Facebook.

Os gastos dos candidatos com o meio digital não se restringem a esses valores. No caso de Flávio, ainda foram investidos cerca de R$ 3,7 milhões para a implantação e operação do "TV Celular Flávio Bolsonaro". O canal digital foi lançado no YouTube em setembro deste ano. Nele, ocorrem as transmissões ao vivo semanais do candidato, em que comenta acontecimentos relacionados a sua campanha, além das propostas de governo e agenda. São 1,48 milhão de inscritos.

A campanha do bolsonarista ainda investiu R$ 2 milhões em serviços de "social listening", que envolvem monitoramento, coleta e análise do que as pessoas estão dizendo sobre marca, produto, concorrente ou assunto específico na internet e nas redes sociais. Outros R$ 8,87 milhões foram destinados a serviços de planejamento e produção de conteúdo digital.

Da parte do candidato petista, além dos valores gastos com impulsionamento nas redes da Meta, apenas R$ 1,3 milhão foi destinado no campo digital. Eles envolvem desde a produção de conteúdo para os perfis do candidato nas redes sociais até a definição da estratégia e gestão de relacionamento digital. Conforme os dados do TSE, o foco da campanha de Lula no 1º turno, esteve em publicidade por material impresso e na realização de eventos. Contudo, ao avançar para o segundo turno atrás do adversário bolsonarista, a candidatura petista mudou a estratégia e intensificou a presença digital na reta final, montando uma força-tarefa voltada para a mobilização nas redes sociais e em aplicativos de mensagem.

O presidente começou a gravar vídeos diretos pelo celular (estilo selfie), em uma abordagem mais informal, buscando se aproximar mais do eleitorado. Além disso, jovens parlamentares recém-eleitos — como a deputada federal Ana Elisa (PT-MG) — passaram a ajudar na definição das estratégias de campanha no meio digital. O deputado federal André Janones (Rede-MG) criou um canal de mensagens no WhatsApp chamado "Exército de Lula". Com 3,1 milhões de inscritos, o objetivo é impulsionar a propagação de conteúdos ligados à campanha do petista e contra-atacar narrativas da oposição.

A terceira maior despesa de Flávio Bolsonaro está em gastos com transporte (R$ 5,14 milhões). Durante a campanha de 1° turno, ele concentrou suas viagens no Sudeste, onde se encontram os maiores colégios eleitorais do país: São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Em suas viagens, no total, ele passou por 18 estados brasileiros. Para o segundo turno, a campanha do bolsonarista planeja intensificar agendas e viagens ao Nordeste para reduzir a vantagem do presidente Lula na região.

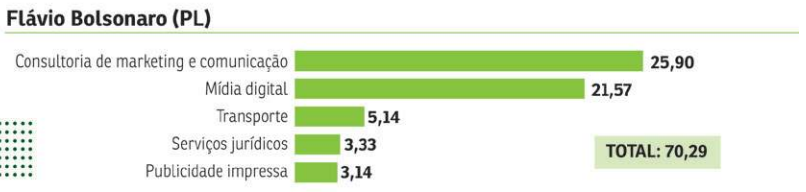
Na campanha do candidato petista, a quarta maior despesa se concentrou em serviços jurídicos (R$ 4 milhões) distribuídos entre os escritórios: Pelegrini & Sodré Sociedade de Advogados; Peccinin & Alessi Advocacia; Lacombe & Neves da Silva; e Bertoni Soares Advogados. Esse foi o quarto maior gasto de Flávio (R$ 3,33 milhões), distribuído entre os escritórios Bucchianeri Advocacia e Denise Schlickmann Sociedade de Individual de Advocacia.

Vale lembrar que esta eleição tem sido marcada por uma intensa judicialização. Ambos os lados levaram ao TSE ações que questionavam propaganda eleitoral e postagens nas redes sociais. Nas vésperas do 1º urno, a briga judicial também alcançou o debate presidencial organizado pela TV Globo. A emissora decidiu cancelar o evento após decisões da Corte eleitoral interferirem nas regras do programa.

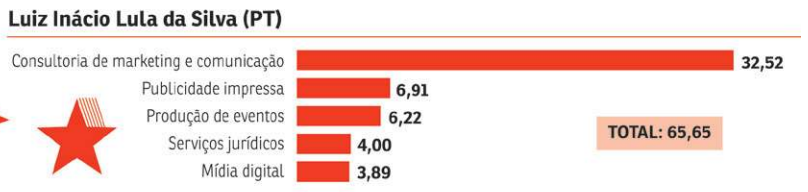
## Desembolsos

**PRINCIPAIS GASTOS DE CADA CAMPANHA ATÉ SÁBADO**
Dados em R$ milhões

**Flávio Bolsonaro (PL)**



**Luiz Inácio Lula da Silva (PT)**




Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (TSE) obtidos no dia 10/10/2026.

CB FÓRUM

É AMANHÃ

REFORMA TRIBUTÁRIA NA PRÁTICA:

SIMULE ANTES DE DECIDIR

A Reforma Tributária traz novas regras e desafios para o mercado. Mais do que entender as mudanças, é fundamental que o empreendedor saiba exatamente como elas impactam o negócio. Para debater esse cenário e antecipar caminhos, o evento **"Reforma Tributária na Prática: simule antes de decidir"** promove uma discussão acerca do tema para ajudar a população a compreender o cenário tributário no Brasil.

13/10
A PARTIR DAS 9H

Sede do
Correio Braziliense

INSCRIÇÕES GRATUITAS.

Apoio: FEBRABAN Federação Brasileira de Bancos
Realização: SEBRAE Arena Comunicação
Apresentação: Correio Braziliense
Produção: CB Brands Estúdio de Conteúdo