



MANUAL DE Fortalecimento de Redes

META ADS

Guia básico para
veiculação de anúncios
políticos e eleitorais

COMO USAR ESTE GUIA



Este documento foi escrito para quem precisa configurar a operação de mídia paga da candidatura e não trabalha diariamente com o Gerenciador de Anúncios. Os nomes de menus podem sofrer pequenas alterações porque a Meta atualiza a interface com frequência; procure a opção equivalente quando isso acontecer.

Antes de começar



Faça o processo em um computador, usando o perfil pessoal real do Facebook da pessoa candidata. Não entregue a propriedade da conta à agência. O candidato deve ser o proprietário da estrutura e conceder acesso às pessoas que executarão o trabalho.

O que você vai concluir:

- ✓ Portfólio Empresarial criado e validado.
- ✓ Página do Facebook e Instagram reunidos no mesmo portfólio.
- ✓ 2 pessoas confiáveis com controle total e autenticação em dois fatores.
- ✓ Conta de anúncios própria, com moeda e fuso corretos.
- ✓ Forma de pagamento e faturamento adequados à fase da campanha.
- ✓ Identidade autorizada para anúncios políticos.
- ✓ Rótulo criado, vinculado e conferido na prévia do anúncio.
- ✓ Campanha marcada como “Temas sociais, eleições ou política”.

COMO USAR ESTE GUIA



Mapa do processo:

Fase	Resultado esperado
1. Preparar	Documentos, acessos, página e dados financeiros disponíveis.
2. Criar estrutura	Perfil → Portfólio Empresarial → ativos.
3. Criar conta	Conta de anúncios pertencente à candidatura.
4. Proteger	Administradores, permissões e autenticação em dois fatores.
5. Autorizar	Identidade aprovada e rótulo configurado.
6. Publicar	Campanha, conjunto e anúncio conferidos.
7. Operar	Saldo, limites, impostos, desempenho e calendário monitorados.

1. ENTENDA A ESTRUTURA ANTES DE CLICAR

Configurando o BM:

- Perfil: conta pessoal do Facebook, onde os usuários adicionam uns aos outros como amigos;
- BM: Conta Empresarial do candidato na Meta. Ambiente onde os ativos empresariais serão gerenciados;
- Ativos: bens da empresa dentro da Meta, por exemplo: página do facebook, conta do instagram, conta de anúncios e pixel.

A hierarquia correta:

Elemento	O que é	Regra prática
Perfil pessoal	Login individual do Facebook.	Use perfil real; não crie perfil falso para a campanha.
Portfólio Empresarial (BM)	Ambiente que organiza pessoas, permissões e ativos.	Deve ser criado a partir do perfil da pessoa candidata.
Página do Facebook	Identidade pública usada para anúncios e criação do rótulo.	Crie com antecedência; a Meta exige que a página esteja publicada há mais de 30 dias para utilizar rótulo com Nome da Página
Instagram	Conta pública que pode aparecer como identidade do anúncio.	Conecte ao portfólio e solicite autorização política.
Conta de anúncios	Onde ficam campanhas, pagamentos, notas e histórico.	A campanha eleitoral deve ter sua própria conta.
Pixel/conjunto de dados	Mede ações em site ou landing page.	Opcional; útil quando houver site e objetivo de conversão.

Não confunda!

Ter uma Página ou um Instagram profissional não substitui a conta de anúncios. Clicar em “Turbinar” pode usar uma conta vinculada ao perfil pessoal e não oferece o fluxo completo necessário para o rótulo eleitoral.



2. PREPARAÇÃO: REÚNA TUDO ANTES DE COMEÇAR

Dados e documentos:

- ▶ Acesso ao perfil pessoal do Facebook da pessoa candidata.
- ▶ E-mail e celular de contato que possa ser confirmado imediatamente.
- ▶ Documento oficial com foto, frente e verso, em imagem nítida e sem cortes.
- ▶ Celular disponível para ativar autenticação em dois fatores.
- ▶ Nome oficial da candidatura e CNPJ/dados que serão usados na prestação de contas.
- ▶ Endereço e dados fiscais completos.
- ▶ Página do Facebook existente e conta do Instagram.
- ▶ Cartão apenas para pré-campanha, se for a escolha contábil; boleto/Pix para a campanha eleitoral, conforme orientação do workshop.
- ▶ Site e e-mail no mesmo domínio, caso se deseje rótulo com o CNPJ da campanha visível.

Decisões que evitam retrabalho

- **Quem será o segundo administrador com controle total?** Escolha alguém de confiança e mantenha pelo menos dois administradores.
- **Quem executará a mídia?** Se for pessoa, adicione como pessoa; se for agência, prefira o acesso como parceiro.
- **A operação já está em campanha eleitoral ou ainda em pré-campanha?** Não misture despesas.
- **Qual será o teto total e a maior necessidade diária de investimento?** Isso orienta pedidos de aumento de limite para o time de suporte da Meta.

3. CRIE O PORTFÓLIO EMPRESARIAL

Governança

Propriedade é diferente de acesso. A candidatura mantém a propriedade; equipe e fornecedores recebem somente as permissões necessárias. Uma conta de anúncios não pode simplesmente ser transferida entre portfólios.



- | | |
|---|--|
| 1 | Abra a página de criação
No navegador, acesse business.facebook.com , no menu lateral à esquerda, acesse “Todas as Ferramentas” e “Configurações da empresa” |
| 2 | Crie o portfólio
Clique em “Criar um portfólio empresarial” ou nomenclatura equivalente. Informe o nome da candidatura, seu nome e o e-mail de contato. |
| 3 | Confirme o e-mail
Abra a mensagem enviada pela Meta e conclua a validação. Sem essa confirmação, funções podem ficar indisponíveis. |
| 4 | Entre nas configurações
Acesse “Configurações do negócio” ou “Configurações do portfólio”. Confira se o portfólio correto aparece no seletor superior. |
| 5 | Trate eventuais restrições
Se houver restrição de publicidade, abra a área da conta, clique em “Ver detalhes” e siga “Solicitar análise”. A Meta pode pedir documento, vídeo/selfie ou informações complementares. |

Conferência

O nome do portfólio deve identificar claramente a candidatura. Evite estruturas genéricas criadas por fornecedores.



4. ADICIONE PESSOAS E PROTEJA A ESTRUTURA

Adicione o segundo administrador:

- | | |
|---|--|
| 1 | Abra Pessoas
Em Configurações do negócio, procure “Usuários” → “Pessoas”. |
| 2 | Convide
Clique em “Adicionar pessoas”, informe o e-mail usado no Facebook e envie o convite. |
| 3 | Defina o acesso
Conceda controle total somente a administradores de confiança. Para operadores, use acesso parcial e selecione apenas os ativos necessários. |
| 4 | Aceite o convite
A pessoa convidada deve abrir o e-mail, aceitar e entrar com seu próprio perfil. Nunca compartilhe senha. |

Ative a autenticação em dois fatores:

- | | |
|---|--|
| 1 | Abra a Central de Contas
No Facebook, entre em Configurações → Central de Contas → Senha e segurança. |
| 2 | Escolha 2FA
Selecione “Autenticação de dois fatores” e prefira um aplicativo autenticador. Guarde os códigos de recuperação em local seguro. |
| 3 | Exija para administradores
No portfólio, configure a exigência de autenticação em dois fatores para todas as pessoas com acesso. |

Segurança Crítica!

Ataques ou bloqueios de perfil podem interromper toda a campanha. Dois administradores, senhas exclusivas e 2FA reduzem o risco de perda dos ativos.



5. REÚNA OS ATIVOS NO MESMO PORTFÓLIO

Adicionar a Página do Facebook:

- 1 Abra Contas → Páginas**
Nas configurações do portfólio, clique em “Contas” e depois “Páginas”.
- 2 Adicione ou solicite acesso**
Se a Página pertence à candidatura, use “Adicionar uma Página”. Se pertence a outra estrutura, peça acesso em vez de reivindicar propriedade sem autorização.
- 3 Selecione pessoas**
Atribua a Página aos administradores e operadores que realmente precisarão mexer nela.

Adicionar a conta do Instagram:

- 1 Abra Contas → Contas do Instagram**
Clique em “Adicionar” e faça login na conta oficial.
- 2 Confirme a conexão**
Aceite as permissões e verifique se Instagram e Página correta estão associados.
- 3 Atribua ativos**
Dê à equipe acesso à conta do Instagram e, depois, à conta de anúncios que será criada.

Organização de longo prazo

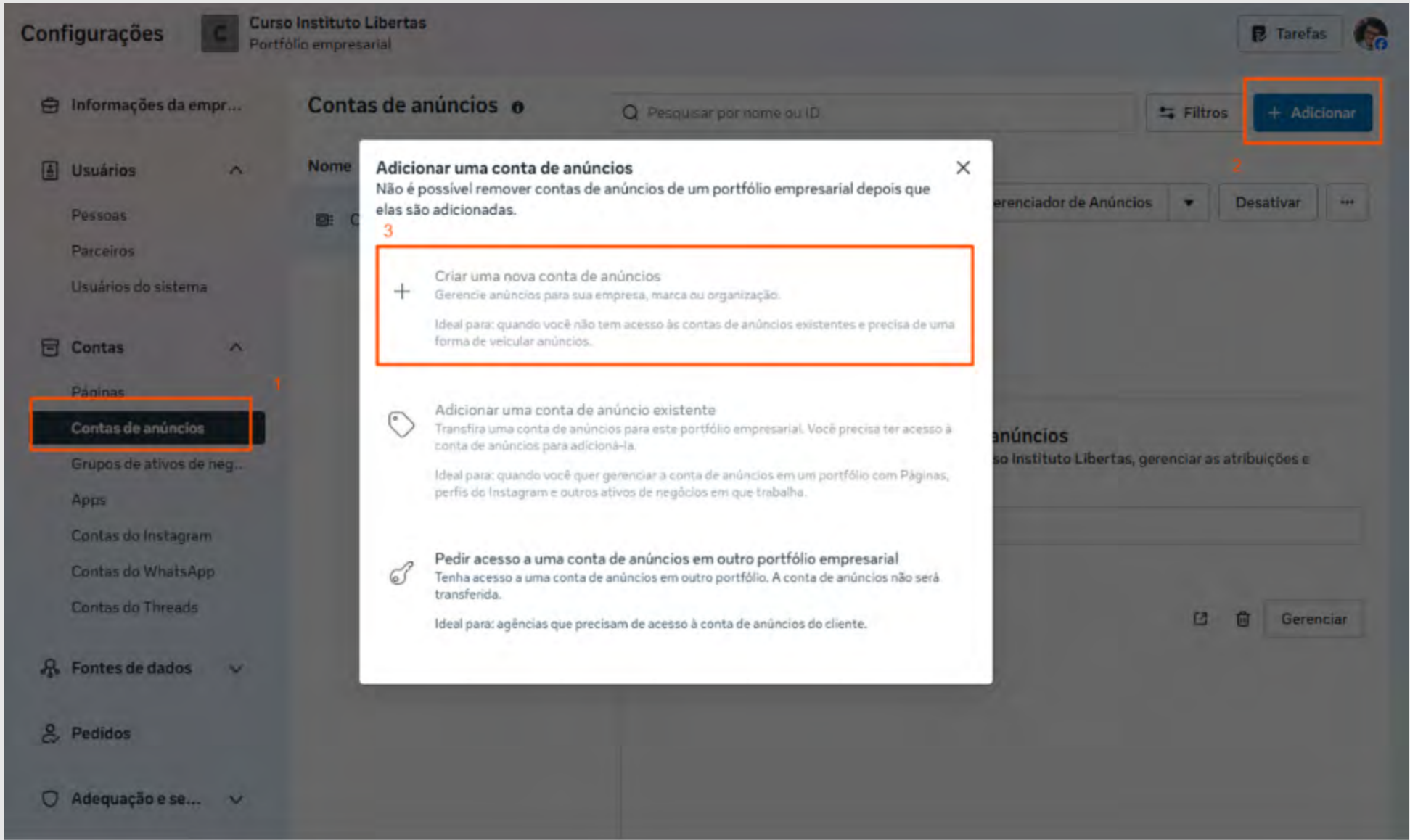
Página, Instagram, conta de anúncios e demais ativos devem permanecer na mesma estrutura empresarial. Isso facilita permissões, auditoria e continuidade.



6. CRIE A CONTA DE ANÚNCIOS

Configurando sua Conta de Anúncios:

1	Crie uma nova Conta de Anúncios Em Configurações do negócio, selecione “Contas” → “Contas de anúncios” → “Adicionar”.
2	Escolha Criar nova conta Não use uma conta pessoal automática e não deixe a agência criar a conta como proprietária. Escolha criar dentro do portfólio da candidatura.
3	Use uma nomenclatura clara Padrão sugerido: NOME DA PESSOA CANDIDATA CAMPANHA ELEITORAL 2026. Evite caracteres especiais. A nomenclatura ajuda a identificar boletos, notas e relatórios.
4	Defina fuso e moeda Escolha o fuso local correto (por exemplo, São Paulo) e Real brasileiro (BRL). Essas definições geralmente não podem ser alteradas depois.
5	Informe a propriedade Quando a Meta perguntar para quem a conta será usada, selecione “Minha empresa”, pois o portfólio representa a candidatura.
6	Aceite os termos Leia e aceite os Termos Comerciais e as Políticas de Publicidade da Meta. A legislação pode permitir algo que a política da plataforma não aceita.



7. CONFIGURE PAGAMENTO E FATURAMENTO SEM MISTURAR FASES

A primeira forma de pagamento é decisiva

Segundo o workshop, a opção escolhida na primeira configuração determina o funcionamento inicial da conta: pré-paga (boleto/Pix) ou pós-paga (cartão). Para a campanha eleitoral, a orientação apresentada é utilizar conta pré-paga com boleto ou Pix e dados fiscais da campanha.

1	Abra Faturamento e pagamentos No Gerenciador de Anúncios, procure “Faturamento”, “Cobranças e pagamentos” ou “Configurações de pagamento”.
2	Escolha boleto ou Pix Na primeira inclusão de forma de pagamento da conta eleitoral, selecione a modalidade pré-paga indicada. Não selecionar a opção cartão de crédito.
3	Preencha dados fiscais Use exatamente os dados aprovados pela contabilidade/jurídico para a prestação de contas: razão/nome, CNPJ, endereço e demais campos.
4	Faça um depósito inicial controlado Gere boleto/Pix, pague pela conta bancária correta e confirme a entrada do saldo antes de escalar investimento.
5	Baixe e archive documentos Organize comprovante de pagamento, nota fiscal, relatório da Meta e extrato bancário por data e conta.

Detalhes

Uso

Confirmar

Crie uma nova conta de anúncios para este portfólio

Gerencie os anúncios para sua empresa, marca ou organização.

Nome da conta de anúncios

Curso Instituto Libertas

Fuso horário

(GMT-03:00) America/Sao Paulo

Moeda

BRL — Real brasileiro

Cancelar

Avançar

7. CONFIGURE PAGAMENTO E FATURAMENTO SEM MISTURAR FASES

Regra de Separação

Crie uma conta para pré-campanha e outra para campanha eleitoral. Não reaproveite a mesma conta se isso misturar fases, documentos fiscais ou fontes de pagamento.



☒ Detalhes

☐ Uso

☐ Confirmar

Selecione quem usará esta conta de anúncios

Esta conta de anúncios será usada para

☒ Minha empresa

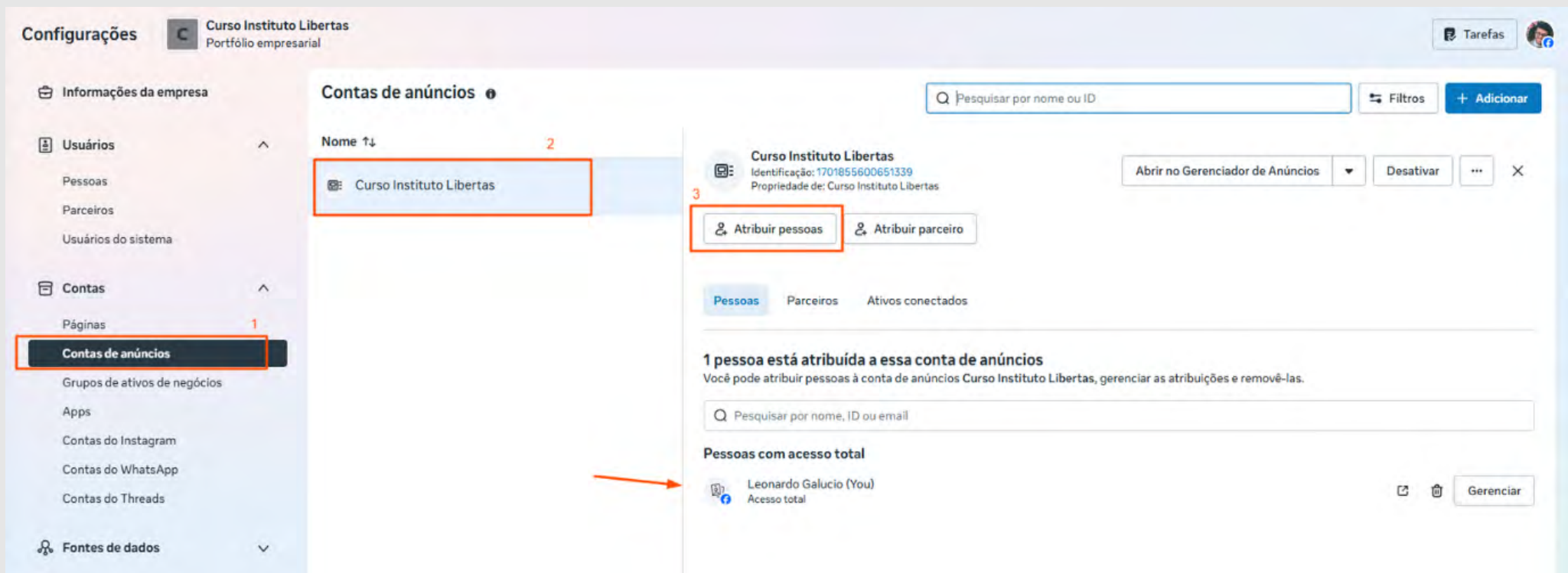
☐ Outra empresa ou cliente

Selecione "Outra empresa ou cliente" para garantir que o nome da outra empresa seja exibido no Facebook quando você criar um anúncio em nome dela, inclusive no diálogo "Por que estou vendo esse anúncio". Você também poderá acessar os recursos do Gerenciador de Público da outra empresa, incluindo o tamanho do público personalizado dela e a ferramenta de sobreposição de público. [Saiba mais](#)

Voltar

Avançar

8. ATRIBUA A CONTA ÀS PESSOAS CERTAS



1

Selecione a conta

Em Contas de anúncios, clique na conta eleitoral correta.

2

Clique em Atribuir pessoas

Marque o candidato e os profissionais que executarão a mídia.

3

Dê o mínimo necessário

Operadores precisam criar e gerenciar campanhas; controle total fica restrito a administradores responsáveis.

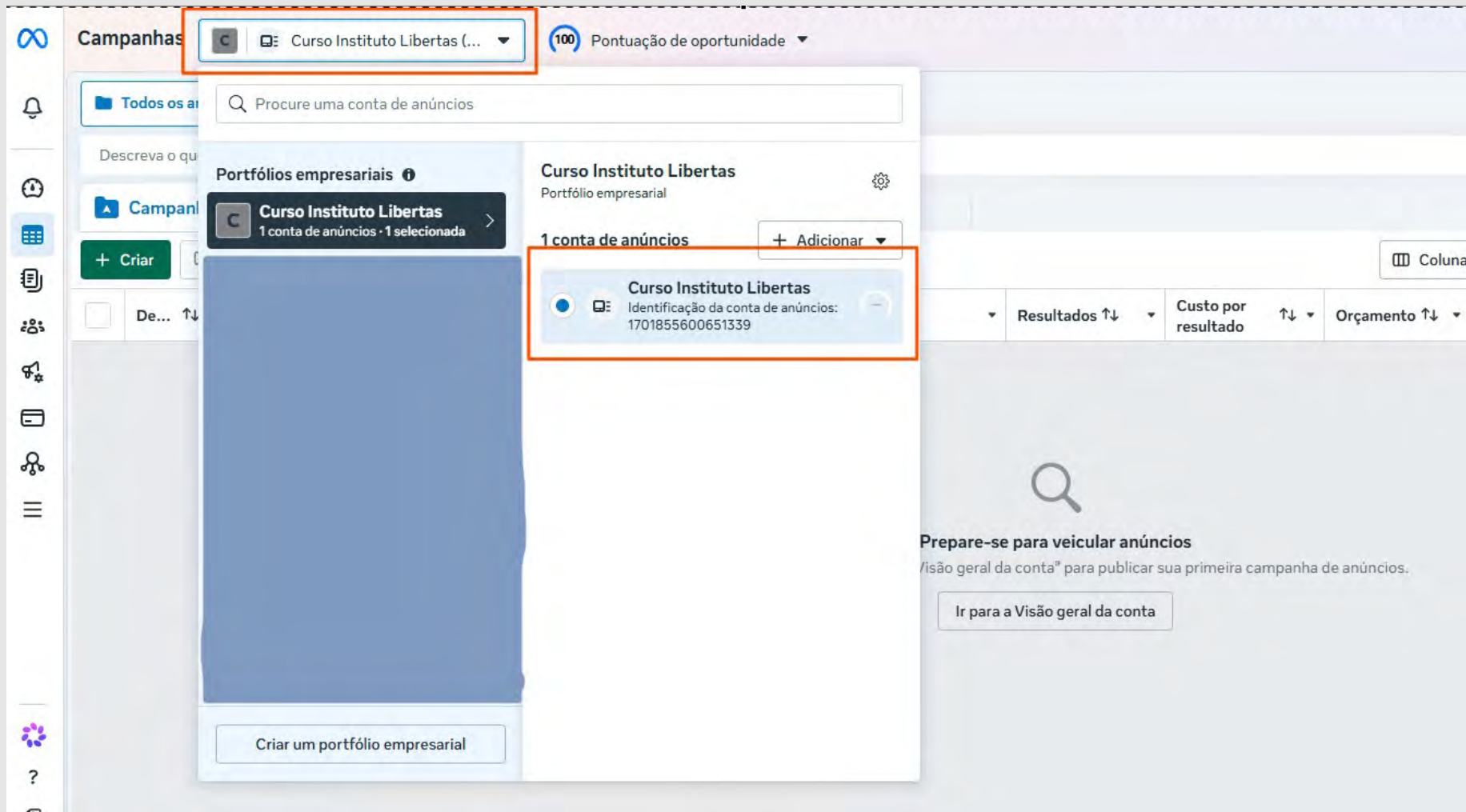
4

Teste o acesso

Cada usuário deve abrir adsmanager.facebook.com e confirmar se no menu superior a conta de anúncios da campanha está visível.

Se a conta não aparece

O motivo mais comum é a pessoa ter sido adicionada ao portfólio, mas não ter sido atribuída especificamente à conta de anúncios.



9. ENTENDA LIMITES, SALDO E IMPOSTOS

Limite de gasto diário

Contas novas podem começar com limite diário baixo, que tende a aumentar gradualmente. Se a estratégia exigir forte aceleração na reta final, solicite aumento cedo. Esperar os últimos dias aumenta o risco de não conseguir consumir o orçamento.

Limite de pagamento ou gasto da conta

Um teto configurado manualmente também pode interromper a entrega, mesmo que exista saldo. Verifique tanto o limite diário imposto pela plataforma quanto o limite total definido na conta.

Tributos informados no workshop

O material-base informa que, desde 1º de janeiro de 2026, PIS/COFINS (9,25%) e ISS aproximado (2,9%) passaram a ser repassados ao anunciante, totalizando 12,15% no exemplo apresentado. Assim, o valor exibido como gasto de mídia pode não coincidir com o total desembolsado e documentado na nota fiscal.

Confirme com a contabilidade

Tributos, base de cálculo e documentação fiscal podem variar conforme o cadastro e a operação. Use a nota fiscal como referência contábil e valide o tratamento com o responsável pela prestação de contas.



10. AUTORIZE AS PESSOAS PARA ANÚNCIOS POLÍTICOS

Configurando o Rótulo

Todas as pessoas que participarão da administração necessária à veiculação política devem verificar a identidade e habilitar a autenticação em dois fatores. A autorização é pessoal: uma aprovação não substitui a de outro administrador.

- | | |
|---|--|
| 1 | Acesse a área de autorização
Com o perfil correto logado, acesse facebook.com/id ou a área de Autorizações para anúncios sobre temas sociais, eleições ou política. |
| 2 | Envie o documento
Fotografe frente e verso em superfície lisa, com boa luz, foco e os quatro cantos visíveis. Não use captura de tela nem foto do documento recebida como imagem por whatsapp, porque o aplicativo reduz a qualidade da imagem e a plataforma rejeita. |
| 3 | Conclua a segurança
Ative a autenticação em dois fatores quando solicitado. |
| 4 | Acompanhe o resultado
Volte ao painel para conferir se a análise foi deferida.
O prazo da Meta para verificação é de 24h. |
| 5 | Corrija rejeições
Se recusado, verifique corte, reflexo, baixa resolução, dados divergentes ou perfil não autêntico e reenvie conforme a orientação exibida. |

Perfis Autênticos

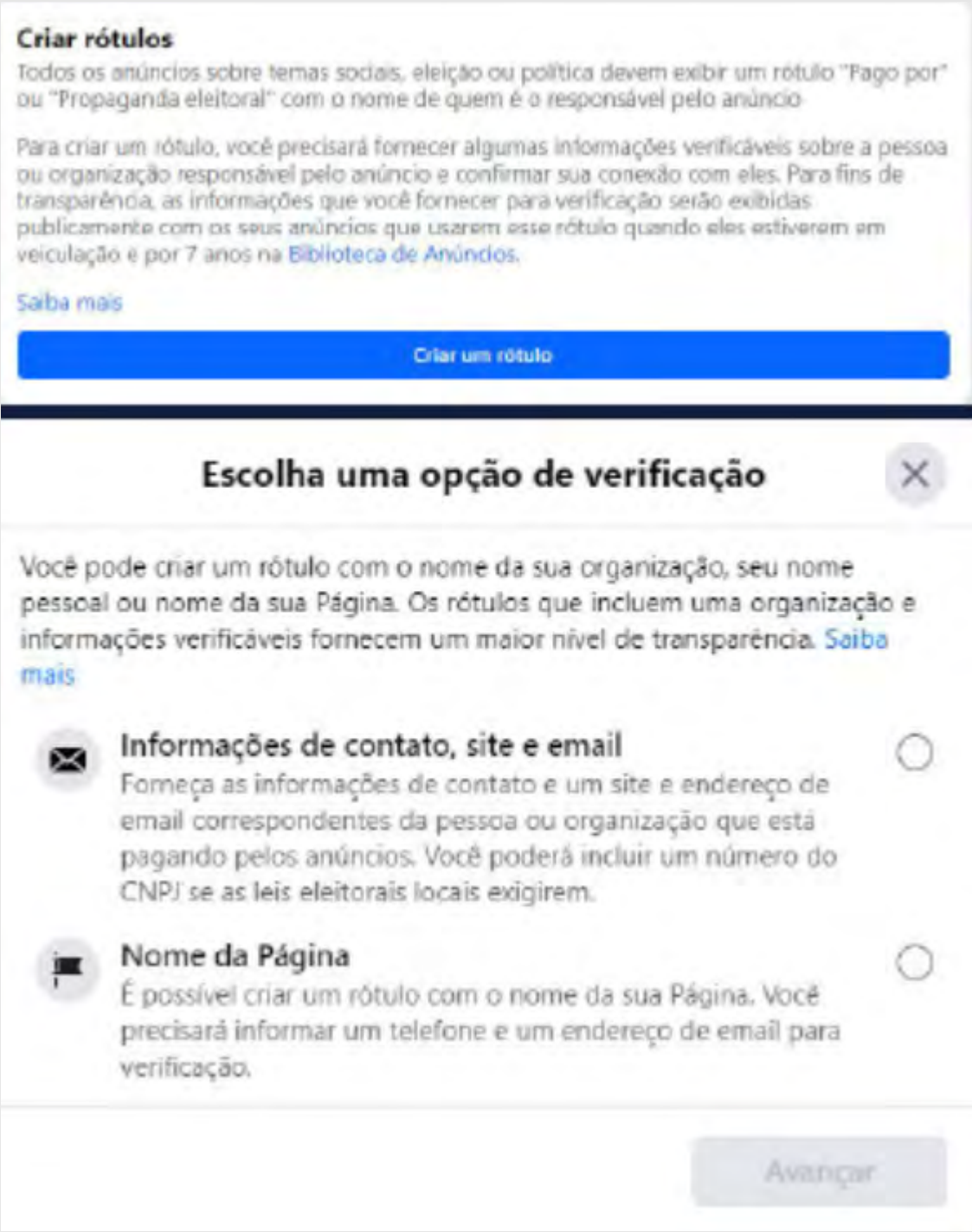
Não use perfis falsos ou duplicados para administrar a campanha. Além de contrariar regras da plataforma, um bloqueio pode eliminar o acesso operacional.



11. CRIE O RÓTULO OBRIGATÓRIO

Configurando o Rótulo

O rótulo identifica quem pagou pelo anúncio. Ele é obrigatório para anúncios classificados como temas sociais, eleições ou política e deve ser criado a partir das configurações da Página do Facebook.



- 1

Abra as configurações da Página
Entre na Página oficial e procure a seção de anúncios sobre temas sociais, eleições ou política.
- 2

Clique em Criar rótulo
O método Nome da Página é mais simples, mas o CNPJ não fica visível no rótulo. Para o CNPJ ficar visível no rótulo, o mesmo deve ser criado através do método Informações de contato, site e email.
- 3

Escolha o tipo correto
Há dois tipos de rótulo disponíveis, “Pago por” e “Propaganda Eleitoral”. Durante o período de campanha eleitoral, é obrigatório o uso do rótulo “Propaganda Eleitoral.”
- 4

Envie e aguarde aprovação
Revise grafia e dados.
Depois, acompanhe o status nas configurações da Página.

11. CRIE O RÓTULO OBRIGATÓRIO

Página Nova

O workshop alerta que o rótulo político só pode ser criado em Páginas com pelo menos 30 dias. Se a Página é recente, abra suporte imediatamente e não conte com aprovação de última hora.



Site é obrigatório?

Não para veicular anúncios. O site é obrigatório somente para quem optar por criar o rótulo pelo método “Informações de contato, site e email. Os candidatos que não tiverem site devem criar o rótulo através do método “Nome da página”. Para quem criar o rótulo através do nome de página, deve garantir que o CNPJ esteja aplicado em todos os criativos que serão utilizados como anúncio.

Escolha uma opção de verificação

Você pode criar um rótulo com o nome da sua organização, seu nome pessoal ou nome da sua Página. Os rótulos que incluem uma organização e informações verificáveis fornecem um maior nível de transparência. [Saiba mais](#)



Informações de contato, site e email

Forneça as informações de contato e um site e endereço de email correspondentes da pessoa ou organização que está pagando pelos anúncios. Você poderá incluir um número do CNPJ se as leis eleitorais locais exigirem.

☒



Nome da Página

É possível criar um rótulo com o nome da sua Página. Você precisará informar um telefone e um endereço de email para verificação.

☐

Avançar

META ADS 2026 - CONFIGURAÇÃO, CONFORMIDADE E PUBLICAÇÃO

16

12. VINCULE RÓTULO, CONTA E INSTAGRAM



- 1

Vincule o rótulo à conta de anúncios
Na seção de rótulos da Página, selecione o rótulo aprovado e associe a conta eleitoral correta.
- 2

Autorize o Instagram
Na mesma página que gerencia os rótulos, solicite autorização para que a conta do Instagram seja usada na veiculação política.
- 3

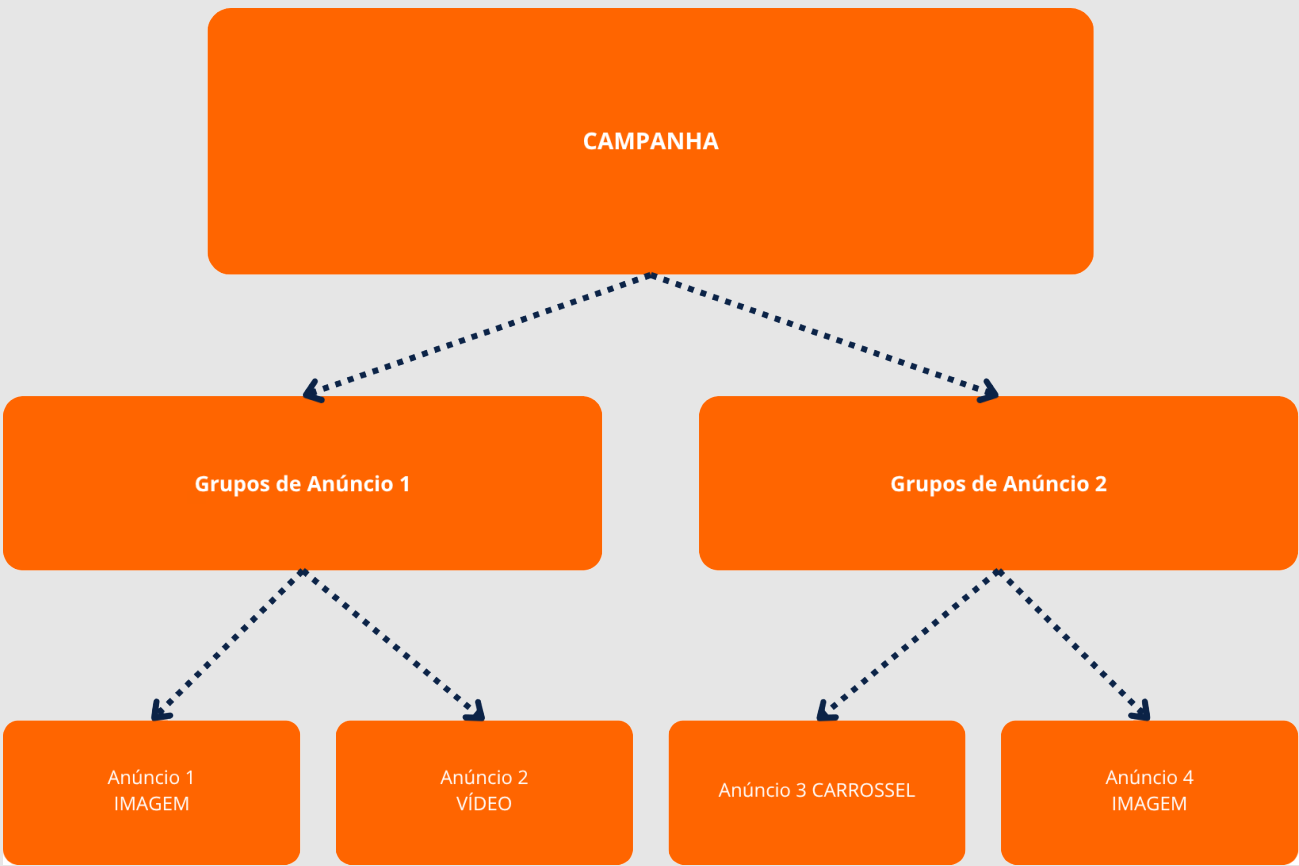
Faça um teste de prévia
Crie um rascunho de campanha política, avance até o anúncio e confirme que o rótulo correto aparece.

Sinal de Prontidão

A estrutura só está pronta quando a conta de anúncios, o rótulo, a Página e o Instagram estão vinculados e a prévia mostra a identificação correta.



13. CRIE A CAMPANHA NO GERENCIADOR DE ANÚNCIOS



Nível	Decisões principais	Exemplo
Campanha	Objetivo e categoria especial.	Reconhecimento, engajamento, tráfego ou resultado compatível.
Conjunto de anúncios	Público, localização, orçamento, período e posicionamentos.	Estado, município, idade permitida, Feed, Stories e Reels.
Anúncio	Identidade, mídia, texto, CTA, destino e rótulo.	Vídeo, imagem ou carrossel com chamada e identificação.

- 1

Clique em Criar
Abra o Gerenciador de Anúncios e confirme que a conta eleitoral correta está selecionada.
- 2

Escolha o objetivo
Selecione o objetivo mais alinhado à estratégia de mídia da sua campanha eleitoral.
- 3

Marque a categoria especial
Ative “Temas sociais, eleições ou política”. Essa classificação é essencial para o fluxo do rótulo e das regras específicas.

Proibido improvisar

Não tente publicar conteúdo eleitoral como campanha comum para contornar a categoria. Isso pode gerar rejeição, suspensão e problema de conformidade.



14. CONFIGURE O CONJUNTO DE ANÚNCIOS

Público e localização

- Defina a área geográfica compatível com a candidatura e com o conteúdo.
- Priorize públicos próprios permitidos: pessoas que interagiram com Instagram/Facebook, assistiram a vídeos ou visitaram páginas do site, quando disponíveis e tratados em conformidade.
- Opte pelo público semelhante (lookalike) quando a estratégia for alcançar pessoas que ainda não te acompanham nas redes

Orçamento e calendário

1	Defina orçamento diário ou total Mantenha compatibilidade com o saldo e com o limite diário da conta.
2	Defina início e encerramento Inclua margem operacional. Para o primeiro turno de 2026, o TSE informa circulação paga até 1º de outubro; garanta que todas as campanhas sejam desativadas manualmente ao final do dia 1º de outubro.

Formatos mínimos recomendados

Uso	Proporção sugerida	Cuidados
Feed	1:1 ou 4:5	Texto legível, foco central, legenda clara e compreensível.
Stories/Reels	9:16	Elementos longe das bordas e das áreas cobertas pela interface.
Vídeo	Vertical e/ou quadrado	Legendas, mensagem compreensível sem som, abertura forte.
Carrossel	1:1	Sequência lógica; uma ideia por cartão.

15. MONTE E REVISE O ANÚNCIO

- 1

Selecione Página e Instagram
Use somente as identidades oficiais previamente autorizadas.
- 2

Escolha publicação existente ou nova
Publicação existente preserva interações; anúncio novo/dark post permite mensagem localizada sem publicar no perfil.
- 3

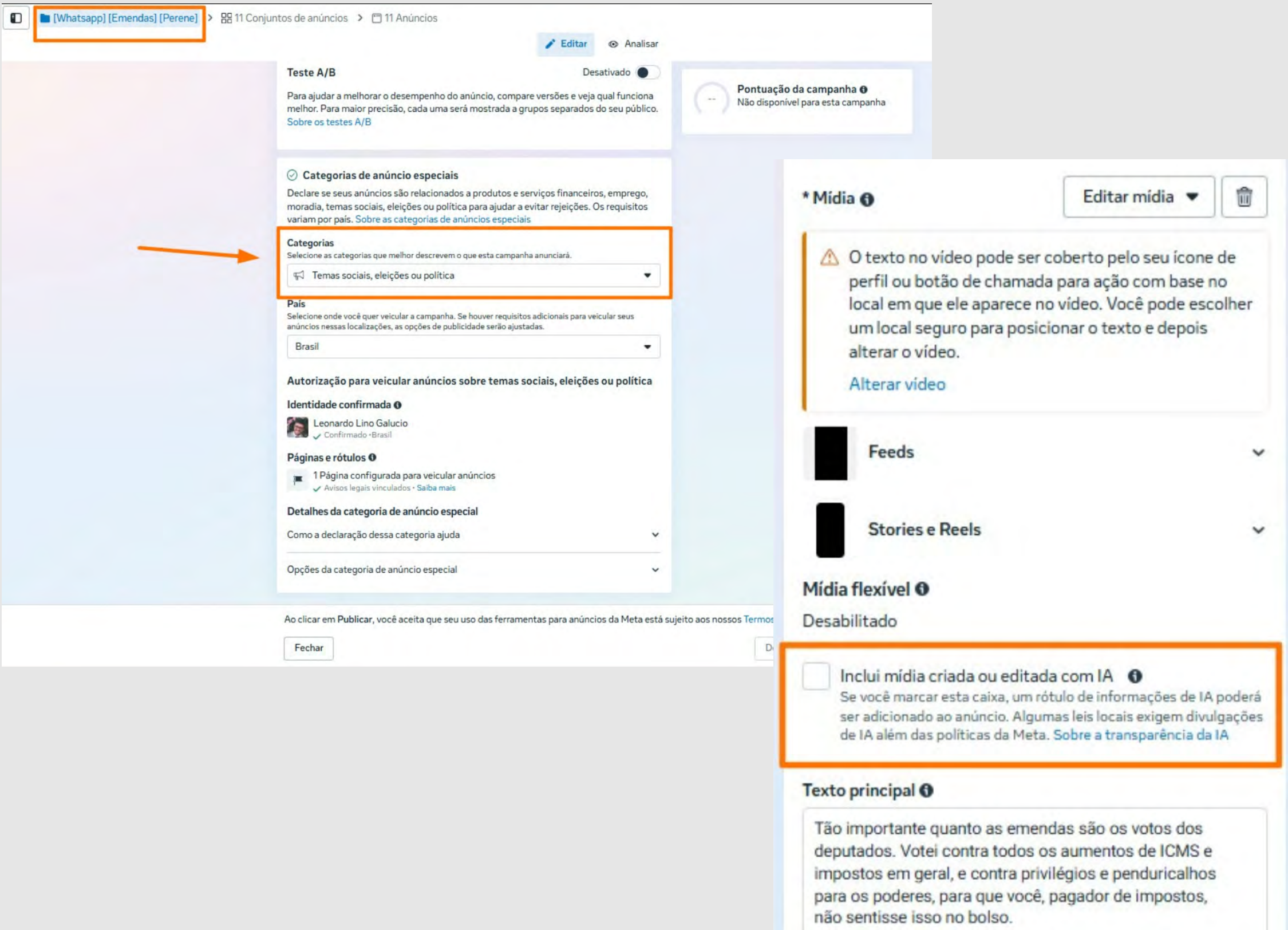
Carregue a mídia
Use arquivo nítido, com enquadramento adequado ao posicionamento. Inclua as identificações eleitorais exigidas no criativo quando aplicável.
- 4

Escreva texto e CTA
Seja claro sobre tema, proposta e ação esperada. Confira link, parâmetros de rastreamento e página de destino quando aplicável.
- 5

Declare uso de IA
Quando imagem, vídeo ou áudio tiver sido gerado ou alterado significativamente por inteligência artificial, faça a declaração exigida pela Meta.
- 6

Confira a prévia
Certifique-se que a prévia do anúncio está conforme esperado: imagem, texto, rótulo, etc.
- 7

Publique e acompanhe a análise
A publicação não significa aprovação imediata. Monitore o status e não faça alterações repetidas enquanto o anúncio estiver em análise sem necessidade.



16. CHECKLIST ANTES DE CLICAR EM PUBLICAR

Estrutura e segurança

- ☐ Estou na conta eleitoral correta.
- ☐ A conta pertence ao portfólio da candidatura.
- ☐ Há pelo menos dois administradores confiáveis.
- ☐ Todas as pessoas relevantes usam 2FA.
- ☐ Página e Instagram corretos estão vinculados.

Financeiro

- ☐ A forma de pagamento é a adequada à fase.
- ☐ Os dados fiscais conferem com a prestação de contas.
- ☐ Há saldo suficiente, incluindo o impacto tributário.
- ☐ Limite diário e limite total não bloquearão a entrega.
- ☐ O período de campanha não ultrapassa a data legal.

Conformidade

- ☐ A categoria “Temas sociais, eleições ou política” está marcada.
- ☐ O rótulo correto aparece na prévia.
- ☐ O criativo contém a identificação/CNPJ exigidos, quando aplicável.
- ☐ Uso de IA foi declarado, quando necessário.
- ☐ Conteúdo atende à legislação e às Políticas de Publicidade da Meta.

Qualidade

- ☐ Texto, imagem, áudio e legendas foram revisados.
- ☐ O anúncio funciona em todos os posicionamentos selecionados.
- ☐ Orçamento, público, localização e datas foram conferidos.

17. DEPOIS DA PUBLICAÇÃO: OPERAÇÃO DIÁRIA

Nas primeiras horas

- ▲ Confirme se o anúncio foi aprovado, está ativo e começou a entregar.
- ▲ Verifique se o gasto está ocorrendo na velocidade esperada e se não há alerta de saldo ou limite.
- ▲ Abra o anúncio publicado e confira novamente rótulo, identidade e destino.

Todos os dias

Controle	Pergunta	Ação
Entrega	Está gastando o orçamento previsto?	Revisar limite, saldo, aprovação, público e período.
Custo	O custo por resultado mudou muito?	Comparar criativo, frequência, público e posicionamento.
Frequência	As mesmas pessoas veem demais?	Renovar peças ou ampliar público permitido.
Comentários	Há dúvida, ataque ou desinformação?	Aplicar protocolo de moderação e resposta.
Financeiro	Saldo cobre os próximos dias?	Recarregar com antecedência e arquivar comprovantes.
Conformidade	Surgiu alerta ou rejeição?	Ler o motivo, corrigir pontualmente e recorrer quando cabível.

No encerramento

- ▲ Desative manualmente todas as campanhas dentro do prazo legal, mesmo que exista data final programada.
- ▲ Exporte relatórios finais e baixe notas, comprovantes e extratos.
- ▲ Registre saldo remanescente e, se necessário, inicie o procedimento de devolução com antecedência documental.

18. PROBLEMAS COMUNS E COMO AGIR

Principais problemas enfrentados pelos Candidatos

Problema	Causa provável	Primeiras ações
Conta não aparece	Pessoa não atribuída ao ativo ou conta errada selecionada.	Atribuir pessoa; aceitar convite; trocar conta no seletor.
Rótulo indisponível	Identidade/2FA pendentes, Página nova ou falta de permissão.	Conferir autorização, idade da Página e controle total.
Rótulo não aparece na prévia	Categoria não marcada ou vínculo conta-rótulo ausente.	Marcar categoria; vincular rótulo; recriar prévia.
Pagamento errado	Primeiro método definiu conta pós-paga.	Não improvisar; criar nova conta de anúncios ou abrir suporte
Entrega abaixo do orçamento	Limite diário, teto total, saldo, público ou análise.	Checar Diagnóstico, faturamento, limites e status.
Anúncio rejeitado	Política da Meta, rótulo, identificação, IA ou conteúdo.	Ler motivo exato; corrigir apenas o item; solicitar revisão.
Saldo sobrando perto do fim	Conta criada tarde ou limite diário baixo.	Acionar suporte cedo; replanejar sem ultrapassar prazo.
Ativo preso com agência	Estrutura criada no portfólio do fornecedor.	Documentar acessos; negociar continuidade; criar governança própria para novos ativos.

Ao abrir Suporte

Envie ID do portfólio, ID da conta de anúncios, URL/ID da Página, captura do erro, data e hora, ação tentada e impacto. Não envie senha, código de 2FA ou documento fora do canal oficial.



19. BIBLIOTECA DE ANÚNCIOS E APRENDIZADO COMPETITIVO

Biblioteca de Anúncios

A Biblioteca de Anúncios da Meta oferece consulta pública dos anúncios em veiculação e mantém informações ampliadas para anúncios sobre temas sociais, eleições ou política. Use-a para conferir a transparência da própria campanha e observar formatos, mensagens e faixas de investimento de outras organizações.

- 1

Acesse a biblioteca
Entre em facebook.com/ads/library e selecione o país.
- 2

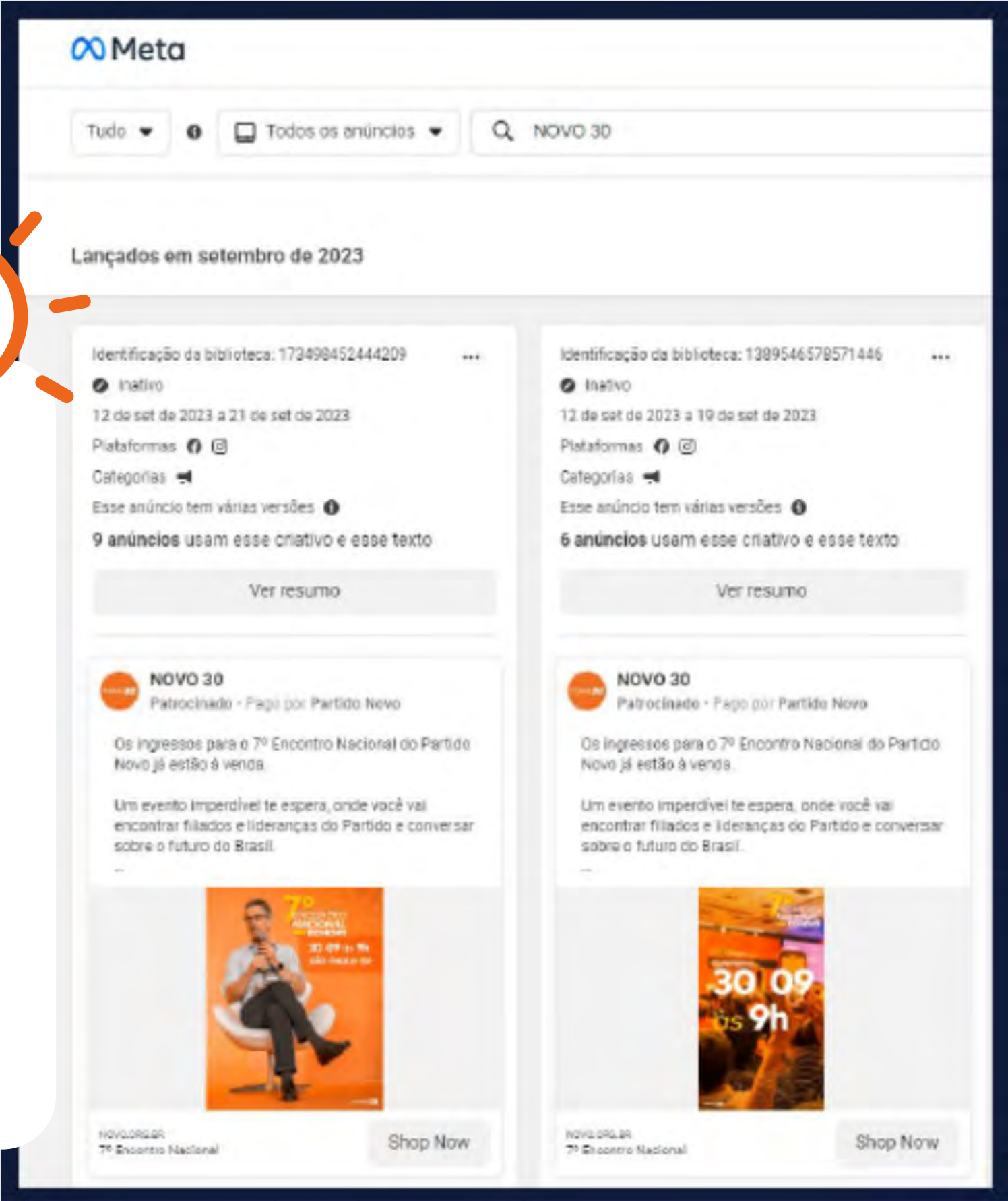
Escolha a categoria
Selecione temas sociais, eleições ou política.
- 3

Pesquise
Busque pelo nome da Página, pessoa candidata, partido ou palavra-chave.



Auto verificação

Depois que seu anúncio estiver ativo, procure a própria Página na Biblioteca e abra o rótulo. Confirme se a identificação pública corresponde ao planejado.



20. FUNIL DE MÍDIA PARA ORGANIZAR AS CAMPANHAS

Funil de Mídia

A configuração técnica é a base; a estratégia determina o que será promovido, para quem, em qual sequência e com qual medição. Separe campanhas por objetivo e mantenha nomes consistentes para comparar resultados.

Etapa	Objetivo	Exemplos para Conversão	Indicadores
Awareness	Tornar a pessoa candidata conhecida.	Apresentação, trajetória, valores, alcance local.	Alcance, CPM, reprodução, frequência.
Consideração	Aprofundar ideias e gerar interação.	Propostas, explicações, bastidores, respostas.	Engajamento, vídeo assistido, visita ao perfil.
Conversão	Estimular a ação principal permitida.	Cadastro, download, participação, contato e votos.	Quantidade de votos
Retenção	Manter proximidade até a eleição.	Atualizações, agenda, reforço de mensagem.	Recorrência, engajamento de públicos quentes.



21. CHECKLIST FINAL DE PRONTIDÃO

Boas práticas de propriedade, segurança e centralização dos ativos

- ✓ Portfólio criado no perfil da pessoa candidata.
- ✓ E-mail validado e restrições tratadas.
- ✓ Página com tempo suficiente para o rótulo.
- ✓ Instagram conectado e autorizado.
- ✓ Dois administradores com controle total e 2FA.
- ✓ Operadores/agência com acessos adequados.
- ✓ Conta eleitoral separada da pré-campanha.
- ✓ Nome, fuso e BRL conferidos.
- ✓ Pagamento pré-pago e faturamento corretos.
- ✓ Identidades aprovadas para anúncios políticos.
- ✓ Rótulo aprovado e vinculado à conta.
- ✓ Categoria especial marcada.
- ✓ Rótulo visível na prévia.
- ✓ IA declarada quando aplicável.
- ✓ Limites e saldo compatíveis com o plano.
- ✓ Calendário de desligamento definido.
- ✓ Rotina de relatórios e arquivo fiscal definida.
- ✓ Contato do suporte e IDs dos ativos registrados.

Pronto para Publicar!

Somente considere a configuração encerrada quando todos os itens acima estiverem confirmados por uma segunda pessoa da equipe.



REFERÊNCIAS E NOTAS DE ATUALIZAÇÃO

Este guia foi elaborado a partir do “META ADS – Guia básico para veiculação de anúncios políticos e eleitorais” (Instituto Libertas, workshop de 26/08/2026), da transcrição integral da apresentação e do “Manual de Fortalecimento de Redes – Passo a passo para otimizar o seu perfil”, usado como referência de linguagem e organização didática.

Fontes oficiais consultadas

- Tribunal Superior Eleitoral. “Eleições 2026: propaganda eleitoral nas ruas e na internet começa neste domingo (16)”. <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2026/Agosto/eleicoes-2026-propaganda-eleitoral-nas-ruas-e-na-internet-comeca-neste-domingo-16>
- Tribunal Superior Eleitoral. Resolução nº 23.760, de 2 de março de 2026 – Calendário Eleitoral. <https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2026/resolucao-no-23-760-de-2-de-marco-de-2026>
- Lei nº 9.504/1997 – Lei das Eleições, compilação do TSE. <https://www.tse.jus.br/legislacao/codigo-eleitoral/lei-das-eleicoes/lei-das-eleicoes-lei-nb0-9.504-de-30-de-setembro-de-1997>
- Meta – Suporte para governo, política e organizações sem fins lucrativos. <https://www.facebook.com/government-nonprofits/best-practices/candidate>
- Meta – Biblioteca de Anúncios. <https://www.facebook.com/ads/library>

Atualização necessária

A interface, as políticas da Meta e as regras eleitorais podem mudar. Antes de executar cada campanha, valide o procedimento exibido na plataforma e confirme as obrigações com o jurídico e a contabilidade. Este manual é operacional e não substitui orientação jurídica.



REFERÊNCIAS E NOTAS DE ATUALIZAÇÃO

Datas destacadas para 2026

Marco	Data/observação
Início da propaganda eleitoral na internet	16 de agosto de 2026.
Circulação paga / impulsionada antes do 1º turno	Permitida até 1º de outubro de 2026, segundo o calendário do TSE.
Segundo turno	Há janela própria após o primeiro turno; consulte o calendário e a orientação jurídica antes de reativar.
Revisão do manual	Revisar sempre que a Meta alterar menus, políticas, impostos ou autorização política.

Precisa de ajuda?

Entre em contato com nossa
equipe de suporte pelo WhatsApp:
+55 11 97424-2752



Fortalecimento de *Redes Sociais*

