

Anúncios Facebook e Instagram



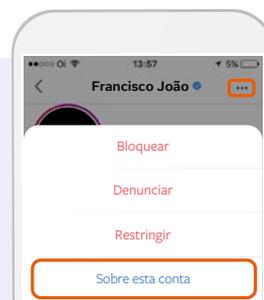
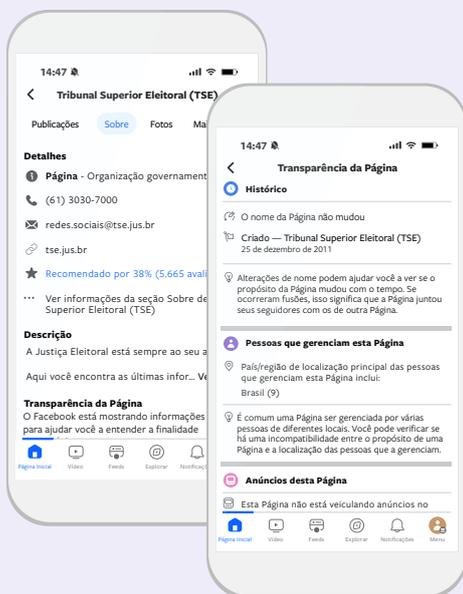
Desde as eleições de 2018, é permitido o impulsionamento de conteúdo na internet por parte dos candidatos, partidos políticos, coligações e seus representantes. Este guia possui informações importantes sobre os anúncios no Facebook e no Instagram.

Noções básicas da Publicidade no Facebook e no Instagram

Todas as pessoas que têm uma conta no Facebook têm um perfil, que é usado para se conectar com amigos, familiares e figuras públicas que aquela pessoa deseja seguir. Os perfis também são usados para gerenciar Páginas. Uma Página é uma presença pública criada com o objetivo de se conectar com pessoas em escala, que você pode ou não conhecer pessoalmente — seja como candidato, representante eleito ou organização governamental ou política.

O serviço Facebook fornece acesso a ferramentas para Páginas como informações, ferramentas de participação cívica, aplicativos para celular e a opção de anunciar. Importante destacar que todo anunciante deve seguir todas as políticas de uso das tecnologias da Meta, como os Padrões da Comunidade e os Padrões de Publicidade,, que fornecem instruções sobre quais tipos de conteúdos de anúncios são permitidos. Para aumentar a responsabilidade e a transparência das Páginas, o serviço Facebook está mostrando mais informações sobre elas e quem as gerencia na seção “Transparência da Página”.

Transparência da Página
Nesta seção, o usuário poderá saber mais informações sobre o histórico da Página, como a data em que ela foi criada, o número de pessoas que a gerenciam, as alterações anteriores do nome da Página e outras informações adicionais. Nesse campo, o usuário também pode ser direcionado à Biblioteca de Anúncios, e verificar se a Página está veiculando anúncios no momento.



No Instagram, as informações de transparência de uma Conta podem ser acessadas na seção “Sobre esta conta”, disponível no ícone (...) localizado no canto superior direito da conta.

Ferramentas de transparência dos Anúncios

Anúncios sobre temas sociais, eleições ou política

A Meta trabalha continuamente para aumentar a transparência dos anúncios e a integridade das eleições. Portanto, são estabelecidas medidas para promover a autenticidade para quem deseja veicular anúncios sobre temas sociais, eleições ou política, tanto no Facebook como no Instagram, assim classificados nos termos da Política de Publicidade. Todo anunciante que quiser criar anúncios sobre temas sociais, eleições ou política deverá passar por um processo de autorização e acrescentar nas campanhas o rótulo “Pago por” ou “Propaganda Eleitoral”.

Anúncios sobre esses temas que não tenham sido identificados pelos anunciantes com um dos rótulos não serão aprovados. Essas ferramentas são parte da

estratégia global da Meta de garantir mais autenticidade e transparência a conteúdos políticos impulsionados na plataforma, permitindo que as pessoas saibam quando estão visualizando uma peça publicitária com conteúdo político ou sobre eleições, além de terem detalhes sobre o indivíduo ou organização responsável pela campanha.

Os anunciantes podem veicular anúncios autorizados sobre temas sociais, eleições ou política na maioria dos posicionamentos no Facebook e no Instagram. As demais tecnologias da Meta, como Messenger e Audience Network, ainda não oferecem suporte aos rótulos, portanto os anúncios com conteúdo social, eleitoral ou político não serão exibidos nessas plataformas.

Processo de Autorização para Anunciantes

Qualquer pessoa ou organização interessadas em veicular esses anúncios devem concluir o processo de autorização, que está disponível para anunciantes que residem no país de destino do anúncio.

Todos os anunciantes brasileiros que desejarem criar anúncios sobre temas sociais, eleições ou política, deverão passar por este processo e deverão incluir o rótulo “Propaganda Eleitoral” ou “Pago por” nos anúncios.

O processo é composto pelas seguintes etapas:

1 Confirmação da identidade pessoal do anunciante

2 Criação de um rótulo “Pago por” ou “Propaganda Eleitoral”

3 Vinculação de uma conta de anúncios

4 Vinculação de uma conta do Instagram (opcional)

5 Seleção da caixa de categoria especial de anúncios, indicando se tratar de anúncio sobre temas sociais, eleições ou política

Confirmação da identidade pessoal do anunciante

Nesta etapa, o anunciante precisará (i) ativar a autenticação de dois fatores em sua conta do Facebook e (ii) fornecer informações necessárias para confirmar sua identidade e seu país de localização. Um documento de identificação válido emitido pelo governo deve ser fornecido para confirmar a identidade.

Nenhuma das informações que você fornecer para confirmar sua identidade serão mostradas no seu perfil ou em anúncios.

Visite a página encontrada no QR code abaixo para mais detalhes sobre cada uma das etapas necessárias:



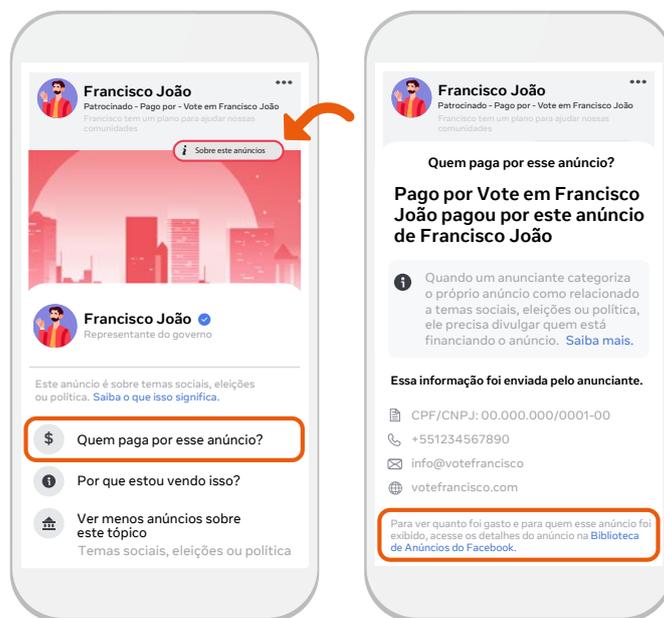
Como será a aparência desses anúncios?

Após concluir a etapa de confirmação da identidade pessoal, o anunciante poderá criar um rótulo “Pago por” ou “Propaganda Eleitoral” que será exibido na parte superior de cada anúncio.

Para a Meta, qualquer opção dos rótulos possui uma única finalidade, que é identificar anúncios sobre temas sociais, eleições ou política.

Para criar os rótulos, o anunciante deve fornecer informações sobre o indivíduo ou a organização responsável pelo anúncio, incluindo telefone, endereço, website e um e-mail.

Os anunciantes também terão a opção de fornecer o número do CNPJ ou CPF. As informações adicionais fornecidas para a criação dos rótulos ficarão disponíveis no topo de cada anúncio ao clicar no ícone “i” e também na Biblioteca de Anúncios, por sete anos.



Independentemente do rótulo selecionado, cabe ao anunciante que deseja exibir anúncios eleitorais ou políticos cumprir todas as leis e regulamentos eleitorais ou de publicidade aplicáveis no país.

A Meta não pode fornecer nenhuma orientação sobre qual tipo de rótulo o anunciante deve selecionar ou quais informações devem constar no corpo do anúncio.

Biblioteca de Anúncios da Meta

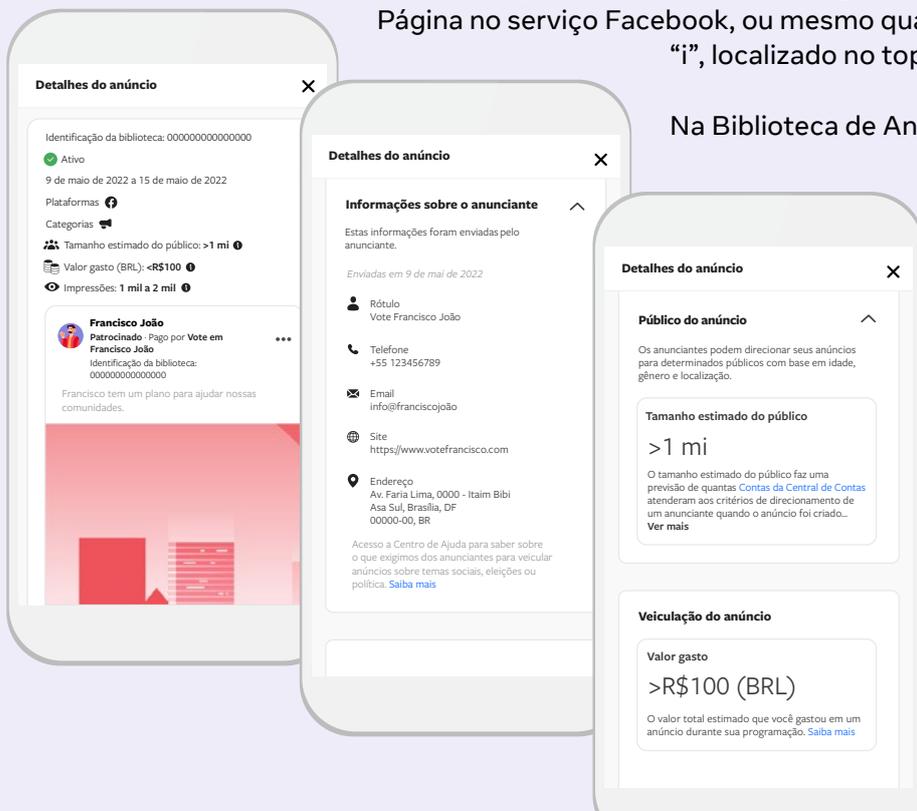
A Biblioteca de Anúncios, disponível em <https://www.facebook.com/ads/library>, fornece transparência para a publicidade ao oferecer uma coleção abrangente e pesquisável de todos os anúncios veiculados nas tecnologias da Meta, incluindo o Instagram. Qualquer pessoa pode explorar a Biblioteca, com ou sem uma conta do Facebook ou do Instagram. O usuário também pode ser direcionado à Biblioteca de Anúncios a

partir da seção “Transparência da Página”, quando estiver visitando uma determinada Página no serviço Facebook, ou mesmo quando visualizar um anúncio e clicar no ícone “i”, localizado no topo de cada anúncio.



Na Biblioteca de Anúncios, você pode acessar todos os anúncios ativos veiculados por uma determinada página, mesmo aqueles que podem não ter sido exibidos para você porque você não fazia parte do público-alvo do anunciante.

Além disso, todos os anúncios marcados com os rótulos “Pago por” ou “Propaganda Eleitoral” ficarão disponíveis por sete anos na Biblioteca de Anúncios, estando eles ativos ou inativos. Nela, qualquer pessoa vai poder saber mais sobre cada uma das peças publicitárias e verificar informações como de gastos, segmentação e alcance dos conteúdos pagos.



Quais dados sobre o anúncio serão mostrados na Biblioteca de Anúncios?

Para os anúncios sobre temas sociais, eleições ou política, a Biblioteca de Anúncios mostrará informações sobre orçamento e o gasto com o anúncios. Também

será indicado o alcance total e alcance por idade, gênero e país. Além disso, incluirá segmentação de idade, gênero e localização.”

Identificação de anúncios

Nos termos dos arts. 28, § 4º e 38, § 4º da Resolução 23.610/2019 do TSE, a indicação da URL específica é requisito essencial de uma ordem judicial de remoção de conteúdo e/ou fornecimento de dados na internet. O mesmo se aplica para os anúncios. A URL nada mais é do que o endereço eletrônico que funciona como o localizador inequívoco de um conteúdo na internet, no âmbito e limites técnicos dos serviços Facebook

e Instagram. Para cada anúncio no Facebook ou no Instagram, há uma URL específica e individualizada. A indicação da URL do anúncio é requisito necessário para a validade e exequibilidade de ordem judicial que determine sua remoção ou o fornecimento de dados relacionados ao anúncio. A URL específica de um anúncio está disponível tanto no momento que o usuário visualiza determinado anúncio em seu Feed de Notícias como também na Biblioteca de Anúncios.

Localização da URL no Feed de Notícias

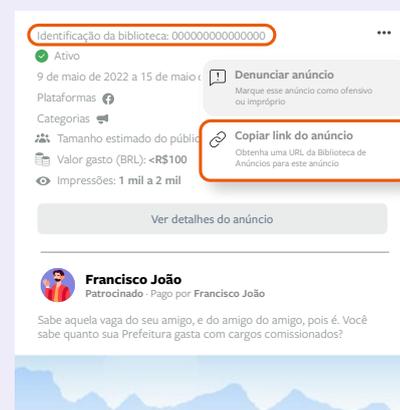
1 Para obter a URL do anúncio no Feed de Notícias, o usuário deve clicar “Compartilhar”.

2 Em seguida, o usuário deve clicar em “Copiar link”.

1 Na Biblioteca de Anúncios, o usuário poderá localizar o número de identificação do anúncio, que estará visível de pronto, como também a URL do anúncio. Tanto o número de identificação do anúncio como a URL obtida na Biblioteca de Anúncios podem ser utilizados na identificação deste anúncio.



2 Para localizar a URL, basta clicar no ícone (...), localizado no canto superior direito do anúncio, e selecionar a opção “Copiar link do anúncio”. Clique na opção e a URL estará copiada.



Responsabilidade pelos rótulos em anúncios

Conforme o art. 29, §5º-A e 6º, da Resolução de Propaganda, a divulgação das informações exigidas pela lei é de “responsabilidade exclusiva das candidatas, dos candidatos, dos partidos, das federações ou das coligações, cabendo aos provedores de aplicação de internet que permitam impulsionamento de propaganda eleitoral assegurar que seja tecnicamente possível às pessoas contratantes inserirem a informação”.

Pausa em anúncios durante o período de silêncio eleitoral

Em atenção ao art. 27-A da Resolução nº 23.732/2024, a Meta irá implementar uma pausa nos anúncios de páginas de Facebook e contas de Instagram de candidatos ou partidos políticos durante o período de silêncio eleitoral, no qual as páginas e contas de candidatos e partidos políticos estarão impossibilitadas de criar e veicular anúncios.