

Treze semanas até dezembro.

Qual página do portal vira
peça em cada semana, de 31 de
agosto a 29 de novembro de 2026,
com as janelas da eleição e a
semana da Black Friday.

UMA TEMPORADA, NÃO UMA FILA DE IDEIAS

Entre 31 de agosto e 29 de novembro de 2026 cabem treze semanas de publicação

O primeiro turno das eleições gerais é em 4 de outubro e o segundo em 25 de outubro, segundo o TSE. A Black Friday cai em 27 de novembro, e nesse dia em 2025 o e-commerce brasileiro faturou R\$ 4,76 bilhões, alta de 11,2%, segundo a Confi Neotrust divulgada pela Central do Varejo em 11 de agosto de 2026. Cada semana ganha uma âncora, uma página e um lote de peças.

A Nativa Mesa, cenário fictício do guia, é uma loja virtual de utensílios de cozinha de Belo Horizonte com três pessoas no time e um portal que publica quando sobra tempo. Em agosto de 2026 ela olhou o que faltava até o Natal e viu treze semanas úteis de publicação, duas eleições nacionais no meio e a maior data de venda do ano no fim. Foi o suficiente para trocar a fila de ideias soltas por uma temporada com começo, meio e fim.

O que muda na prática é a ordem das decisões. Em vez de escolher o assunto na segunda-feira, o time escolhe a âncora da semana com semanas de antecedência, define qual página do portal sustenta aquela âncora e só então decide o formato de cada peça. A âncora pode ser uma data do varejo, um marco do calendário eleitoral ou uma pergunta que o atendimento recebeu três vezes na semana anterior.

Cada semana ainda guarda um espaço vazio de propósito. Regra nova, dado que sai em outubro, ruptura de estoque e notícia do setor entram nesse espaço sem derrubar o resto do plano. Sem essa folga, qualquer imprevisto vira desculpa para abandonar o calendário inteiro na terceira semana.

**O CICLO QUE SE REPETE NAS TREZE SEMANAS**

O ciclo das sete etapas cai sempre no mesmo dia da semana, com a página do portal definida com antecedência. A semana seguinte abre na página já atualizada, e o ciclo recomeça na etapa 1.

A TEMPORADA TEM COMEÇO, MEIO E FIM

Quatro movimentos entre agosto e novembro

Setembro testa oferta, assunto de e-mail e segmentação em escala pequena. A virada de setembro para outubro entra na disputa de atenção da eleição e pede cadência leve. O fim de outubro e a primeira metade de novembro capturam intenção com guias de escolha. A última semana converte, e dezembro transforma quem comprou em quem volta.

1

1. Ensaio

4 semanas, de 31/08 a 27/09.
Teste de oferta, assunto de e-mail, recorte de público e capacidade de atendimento.

2

2. Travessia eleitoral

4 semanas, de 28/09 a 25/10.
Cadência leve, nenhuma aposta grande, material de utilidade que envelhece bem.

3

3. Aquecimento

4 semanas, de 26/10 a 22/11.
Guias de escolha e comparação, captura de intenção por categoria.

4

4. Conversão

1 semana, de 23 a 29/11, com a Black Friday em 27 de novembro e plantão de atendimento.

LEITURA OPERACIONAL

Dezembro fica fora da contagem por ser o mês de retenção, com produção bem menor: quem comprou em novembro recebe orientação de uso; quem não comprou entra na trilha do interesse declarado.

SEMANA A SEMANA

Treze semanas, treze âncoras e treze páginas do portal

A tabela é a peça central do calendário de 2026. Cada linha fecha uma semana de segunda a domingo, nomeia a âncora que manda naquele período, indica a página do portal que sustenta a pauta e lista as peças que saem dela por canal. Esta parte cobre o ensaio de setembro e o início da travessia eleitoral.

Semana	Período	Âncora do período	Página do portal	Peças por canal
S1	31/08 a 06/09	Abertura da temporada e montagem do plano (7 de setembro na sexta seguinte)	Motor de reaproveitamento	1 post de LinkedIn, 1 Shorts de 45 s, 1 e-mail para a base
S2	07/09 a 13/09	Feriado de 7 de setembro e semana de promoções do varejo (Semana do Brasil, data não oficializada)	Vídeo curto em três feeds	3 cortes verticais, 1 carrossel, 1 pin
S3	14/09 a 20/09	Dia do Cliente em 15/09 e Semana do Cliente de 13 a 19/09 (teste de oferta)	WhatsApp, Telegram e Pinterest	2 mensagens de canal, 1 e-mail de reconhecimento, 1 post
S4	21/09 a 27/09	Última semana calma antes do primeiro turno	E-mail e newsletter própria	2 e-mails, 1 post de LinkedIn, 1 thread de X
S5	28/09 a 04/10	Primeiro turno em 04/10 (sem conteúdo sintético novo de 01/10 a 05/10)	Quora e Reddit	1 resposta longa, 1 comentário útil, nenhum anúncio novo
S6	05/10 a 11/10	Retomada da atenção depois do primeiro turno	Medium, Substack e LinkedIn	1 artigo com canonical, 1 post de LinkedIn, 1 e-mail
S7	12/10 a 18/10	Feriado de 12 de outubro e volta da rotina comercial	Medição do motor: UTM e painel	1 carrossel de números, 1 e-mail, 1 vídeo curto

A tabela deste guia transcreve o calendário como ele estava na página em 27 de agosto de 2026; a versão viva, com a semana corrente destacada, mora na própria página do portal, em brasilgeo.ai/leadlovers2026/redes-sociais/calendario-de-reaproveitamento/.

POR QUE A COLUNA DA PÁGINA MANDA

A coluna da página do portal é a mais importante. Ela impede que a equipe escreva conteúdo novo toda semana e garante que cada peça publicada tenha um destino de leitura profunda, com formulário e captação.

SEMANA A SEMANA

Do segundo turno à semana da Black Friday

As seis últimas linhas saem da travessia eleitoral, atravessam o aquecimento de novembro e fecham na semana de conversão. Nas semanas em que a página indicada já está atualizada, o time usa o tempo economizado para adiantar o lote da semana seguinte.

Semana	Período	Âncora do período	Página do portal	Peças por canal
S8	19/10 a 25/10	Segundo turno em 25/10 (sem conteúdo sintético novo de 22/10 a 26/10)	Prompts de reaproveitamento	Lote produzido na S7 e agendado; 2 posts leves
S9	26/10 a 01/11	Virada para o mês de vendas (material de novembro no ar até 31/10)	Instagram: guia prático	1 carrossel, 2 Reels, 1 sequência de stories
S10	02/11 a 08/11	Guias de escolha e comparação de produto	YouTube e podcast	1 vídeo com capítulos, 2 cortes, 1 e-mail
S11	09/11 a 15/11	Captura de intenção e lista de espera por categoria	LinkedIn: guia prático	1 carrossel, 1 post no perfil pessoal, 1 e-mail
S12	16/11 a 22/11	Prova, objeção e prazo de entrega	TikTok: guia prático	3 vídeos curtos, 1 post, 1 mensagem de canal
S13	23/11 a 29/11	Black Friday em 27/11 e Cyber Monday em 30/11 (plantão de atendimento)	Visão geral do menu Redes sociais	Peças agendadas na S12, 4 e-mails, plantão em canais

Duas semanas dessa lista carregam restrição de calendário e não de gosto. A S5 e a S8 cercam os dois turnos, e as janelas marcadas na tabela cobrem as 72 horas anteriores e as 24 horas posteriores a cada pleito, prazo em que a Resolução TSE 23.755, de 2 de março de 2026, veda publicar, republicar ou impulsionar conteúdo sintético novo em propaganda eleitoral.

O PRAZO QUE NÃO NEGOCIA

O varejo planeja novembro em outubro. A semana 9 existe por isso: até 31 de outubro tudo que sustenta a decisão de compra precisa estar no ar, atualizado e com data visível na página.

OUTUBRO PARA QUEM VENDE PAINELA

O ambiente muda até para quem não fala de política

A propaganda eleitoral é permitida desde 16 de agosto e o horário eleitoral gratuito ocupa os 35 dias anteriores à antevéspera do primeiro turno, com 70 minutos diários de inserções, segundo o TSE em nota de 31 de julho de 2026. Mais de 155 milhões de eleitores estão aptos a votar em 4 de outubro, também segundo o TSE.

1

Alcance disputado

Um eleitorado desse tamanho ocupa feed, caixa de entrada e conversa de grupo: alcance orgânico mais disputado, comentário mais inflamado e leitura mais superficial.

2

Conteúdo sintético

A Resolução TSE 23.755, de 2 de março de 2026, obriga a informar de modo explícito o uso de conteúdo sintético em propaganda eleitoral, sob multa de R\$ 5 mil a R\$ 30 mil do artigo 57-D da Lei 9.504/1997.

3

A janela de silêncio

A mesma resolução veda publicar, republicar ou impulsionar conteúdo sintético novo entre 72 horas antes e 24 horas depois do pleito. A casa segue o espírito de 1 a 5 de outubro e de 22 a 26 de outubro.

4

Rejeição medida

O Hootsuite Social Media Trends 2026 aponta que quase um terço dos consumidores diz estar menos propenso a escolher uma marca que usa anúncios gerados por inteligência artificial; o uso nos bastidores não gera rejeição.

5

Mídia paga deslocada

O Google mantém em 2026 a proibição de anúncios políticos no Brasil em YouTube, Busca e rede de display, segundo apuração do Poder360 em maio de 2026, o que empurra a verba eleitoral para outras redes.

6

Regra da casa

Nas semanas 5 e 8: sem símbolo, cor de campanha, slogan ou trocadilho com candidato; sem criativo sintético novo; resposta padrão cordial a comentário político; leitura extra do agendado na sexta anterior.

A DECISÃO PRÁTICA

Essas regras alcançam propaganda eleitoral, e uma loja de utensílios está fora delas. A aposta grande do trimestre fica fora das semanas 5 e 8 mesmo assim, e no lugar dela entra material de utilidade que envelhece bem, como resposta de fórum e guia de escolha.

SETEMBRO ENSAIA, NOVEMBRO CONVERTE

O teste pequeno de setembro vira decisão de oferta na Black Friday

O Dia do Cliente cai em 15 de setembro de 2026 e a Semana do Cliente vai de 13 a 19 de setembro, segundo os calendários de varejo publicados por operadoras de pagamento e consultados em 27 de agosto de 2026. Errar em setembro custa uma semana; errar em novembro custa o trimestre.

1

Quatro testes de uma vez

Na semana 3 o time testa um formato de incentivo, um assunto de e-mail, um recorte de público e a capacidade de atendimento. Nada nasce do zero: a página do portal indicada na tabela já sustenta o argumento, e o resultado vira quatro linhas na biblioteca editorial, com data de coleta anotada.

2

Semana do Brasil sem promessa

Até 27 de agosto de 2026 não havia confirmação oficial da edição de 2026 da Semana do Brasil. O plano trata o período do 7 de setembro como oportunidade de tráfego, sem prometer participação em campanha que talvez não exista.

3

O tamanho de novembro

A Black Friday de 2026 cai em 27 de novembro e a Cyber Monday em 30 de novembro. No dia da Black Friday de 2025 o e-commerce brasileiro faturou R\$ 4,76 bilhões, alta de 11,2% sobre 2024, segundo a Confi Neotrust em levantamento divulgado pela Central do Varejo em 11 de agosto de 2026.

4

Incentivo por segmento

Pesquisa do Google divulgada pelo Mundo do Marketing em 26 de agosto de 2026 indica que 81% das compras dos brasileiros são influenciadas por incentivos e que 41% pretendem gastar mais na Black Friday de 2026. Quem nunca comprou recebe desconto de entrada; quem já comprou, acesso antecipado; quem abandonou carrinho, frete no kit de maior margem.

DEZEMBRO FECHA A CONTA

O custo de aquisição pago em novembro rende de novo em guia de presente por perfil, aviso de prazo, orientação de uso e oferta complementar. Quem comprou entra numa trilha de uso; quem olhou e não comprou entra na trilha do interesse declarado.

QUANTAS VEZES O MESMO CONTEÚDO VOLTA

A cadência sai de benchmark; a repetição sai da meia-vida

Os benchmarks 2026 da Socialinsider, sobre 70 milhões de posts em Facebook, Instagram, TikTok e X, apontam de 2 a 5 publicações semanais por plataforma como faixa de retorno para a maioria das empresas. O piso é mais rígido: o relatório da Buffer de 5 de março de 2026, sobre 52 milhões de posts, mostrou que contas que passam uma semana inteira sem publicar caem abaixo da própria linha de base de crescimento.

Canal	Meia-vida do post	Cadência semanal	Quantas vezes o mesmo tema volta
X	52 minutos	3 a 5 posts	3 vezes na semana, com abertura diferente
Instagram	18,27 horas	2 a 3 posts	2 vezes no trimestre, em formatos diferentes
LinkedIn	23,22 horas	2 a 3 posts	2 vezes no trimestre, carrossel e texto
YouTube	10,6 dias	1 vídeo	1 vez por trimestre, com cortes derivados
Página do portal	2,03 anos	1 atualização	Reconferência trimestral de dados e datas

As meias-vidas vêm da atualização de 2026 do estudo de Scott M. Graffius, publicada em 23 de janeiro de 2026 sobre 5,6 milhões de posts de 2025, que mede 52 minutos no X, 1,43 hora no Facebook, 18,27 horas no Instagram, 23,22 horas no LinkedIn, 10,6 dias no YouTube e 2,03 anos em blog. Um post de X pode voltar três vezes na mesma semana sem que ninguém perceba repetição.

O formato também muda o retorno. O estudo de LinkedIn da Metricool de 14 de abril de 2026, com 673.658 posts de 63.108 contas, mostrou engajamento 63% maior em perfis pessoais do que em páginas de empresa, com carrosséis e posts de múltiplas imagens acima de imagem simples e de vídeo. E o estudo 2026 da Metricool, com 39.762.999 posts de 1.059.949 contas em dez plataformas, registrou queda de 35% no alcance de Reels do Instagram e de 23% nas impressões do LinkedIn, com alta de 51% no alcance do Facebook, na comparação de 2025 contra 2024.

O PISO DAS SEMANAS LEVES

Nas semanas 5 e 8, de eleição, mantém-se um post leve por canal em vez de sumir: uma a duas publicações semanais já melhoram o resultado, segundo o mesmo relatório da Buffer de 5 de março de 2026.

UM DIA DE PRODUÇÃO POR SEMANA

O lote de terça-feira e a regra de atualizar antes de criar

O guia de produção em lote da Sprout Social, de 21 de maio de 2026, agrupa ideação, criação, revisão e agendamento em blocos; o mesmo guia registra que 94% dos profissionais de social dizem precisar estar cronicamente disponíveis, segundo o Sprout Social Index 2025.

1

O ritual de terça

Pela manhã, atualizar a página do portal da semana seguinte com dado e data novos. À tarde, derivar o lote inteiro daquela página: carrossel, três cortes verticais, thread, mensagem de canal e um e-mail. Na quarta, agendar tudo.

2

Sete dias de folga

Cada terça produz a semana seguinte. Quando alguém adoece ou o estoque muda, o calendário aguenta a semana sem buraco. Nas vésperas de eleição essa antecedência vira obrigação.

3

Revisão em bloco

Ler cinco peças da mesma página em sequência revela repetição de abertura, número sem data e chamada duplicada. A revisão final leva 20 minutos e acontece antes do agendamento.

4

Atualizar ganha de criar

O estudo da Seer Interactive de 24 de julho de 2026, com 7.683 páginas e 47.097 citações em ChatGPT, Gemini e Perplexity, encontrou 75% das páginas citadas atualizadas no último ano, enquanto apenas 42% tinham sido publicadas no

5

Por motor de resposta

No mesmo levantamento de 24 de julho de 2026, 78% das citações do Gemini, 73% das do ChatGPT e 65% das do Perplexity apontavam para páginas atualizadas em até um ano; conteúdo com mais de três anos quase não aparece.

6

Frescor que conta

A análise da Ahrefs publicada em 28 de julho de 2025, sobre 16,975 milhões de URLs citadas, mediu conteúdo citado por assistentes em média 25,7% mais fresco que o top 10 orgânico do Google, com 1.064 dias de idade média contra

A REGRA DA CASA

Antes de publicar qualquer peça derivada, a página fonte recebe o dado mais recente, a data visível e o exemplo do trimestre. A peça de rede vive horas, a página vive anos, e é a página que responde quando alguém pergunta a um assistente qual loja explica isso direito.

SEIS PEÇAS SAEM DA PRÓPRIA PÁGINA

O kit da semana 1, pronto para copiar

A página do calendário traz as seis peças completas, com botão de copiar. Cada uma respeita o limite do canal, traz o número com fonte e data na mesma frase e termina com a linha de procedência. Troque o nome da empresa, mantenha a data do dado e publique.

1

LinkedIn · post

Até 1.300 caracteres. Abre com as treze semanas e as três datas que decidem o trimestre; fecha com a linha de publicado originalmente.

2

X · thread de 5 posts

Até 280 caracteres cada. Datas, tamanho da disputa, ritmo por meia-vida e a regra de atualizar antes de criar.

3

Shorts, Reels ou TikTok

Roteiro de 45 segundos, com fala e texto na tela por bloco de tempo e as fontes na descrição.

4

Canal de WhatsApp

Mensagem de até 500 caracteres com o resumo do calendário e o link da tabela completa.

5

Medium ou Substack

Abertura de artigo com título, subtítulo e linha de canonical apontando para a página do portal.

6

YouTube · descrição

Descrição com capítulos minutados e a lista de fontes citadas no vídeo.

A MARCAÇÃO DO LOTE

Ao encurtar o link de cada peça, some os parâmetros da casa: utm_source com o nome do canal, utm_medium com o formato, utm_campaign igual a reaproveitamento-calendario-de-reaproveitamento e utm_content com o apelido da peça.

AS QUATRO DÚVIDAS DE QUEM RECEBE A TABELA

Cada resposta com o número e a data que a sustentam

São as dúvidas que aparecem quando um time pequeno recebe a tabela das treze semanas pela primeira vez.

1

Quantas peças por semana uma equipe pequena sustenta?

Os benchmarks 2026 da Socialinsider, sobre 70 milhões de posts, apontam de 2 a 5 posts por semana por plataforma para a maioria das empresas. Com três canais, isso dá um lote de nove a doze peças por semana, todas tiradas de uma página só. O relatório da Buffer de 5 de março de 2026 mostra que uma semana inteira sem postar joga a conta abaixo da própria linha de base, então nenhuma semana fica zerada.

2

Marca fora da política precisa mexer no calendário?

A Resolução TSE 23.755, de 2 de março de 2026, alcança propaganda eleitoral, e uma loja de utensílios de cozinha está fora dela. O que muda é o ambiente: a propaganda é permitida desde 16 de agosto e o horário eleitoral gratuito ocupa os 35 dias anteriores à antevéspera do primeiro turno, segundo o TSE em julho de 2026. Nas semanas do pleito, adiar a aposta grande e manter cadência leve.

3

Criar página nova ou atualizar a antiga?

O estudo da Seer Interactive de 24 de julho de 2026, com 7.683 páginas e 47.097 citações em ChatGPT, Gemini e Perplexity, mostrou que 75% das páginas citadas por modelos de linguagem foram atualizadas no último ano, enquanto só 42% tinham sido publicadas no último ano. Página antiga com dado novo supera página nova.

4

Quando o conteúdo de Black Friday entra no ar?

A Black Friday de 2026 cai em 27 de novembro e a Cyber Monday em 30 de novembro. Nesse dia em 2025 o e-commerce brasileiro faturou R\$ 4,76 bilhões, alta de 11,2%, segundo a Confi Neotrust divulgada pela Central do Varejo em 11 de agosto de 2026. O varejo planeja novembro em outubro: o material de escolha e comparação fica no ar até o fim de outubro.

ONDE RECONFERIR

Os números mudam a cada trimestre; a data de cada um está na própria frase para que o time saiba quando reconferir, e a página fonte lista todas as origens com data de acesso de 27 de agosto de 2026.

PRÓXIMO PASSO

Risque a semana desta segunda-feira.

Imprima a tabela, cole na parede e risque uma linha por semana. A âncora já está escolhida, a página já está indicada e o lote sai inteiro na terça-feira. A versão viva do calendário, com a semana corrente destacada, mora na página do portal.

ABRIR O CALENDÁRIO VIVO NO PORTAL

VER A MEDIÇÃO DO MOTOR: UTM E PAINEL

VOLTAR AO MENU REDES SOCIAIS

Fontes citadas: TSE, Central do Varejo com dados da Confi Neotrust, Scott M. Graffius, Socialinsider, Buffer, Metricool, Sprout Social, Hootsuite, Ahrefs, Seer Interactive e SEO.com, com a data de cada número no corpo.

Material educativo do portal educacional 2026 da Leadlovers · edição de 27 de agosto de 2026.