ANO 8 - Nº 15 - OUTUBRO DE 2026

INFORMATIVO VIRTUAL

Boletim

REPAM-Brasil

EDIÇÃO ESPECIAL

Período de referência: agosto e setembro de 2026



REPAM
REDE ECLESIAL PAN-AMAZÔNICA
BRASIL



RELATÓRIO DE ATIVIDADES

CAMPANHAS AMAZONIZA-TE E EU VOTO PELA AMAZÔNIA

REPAM-Brasil – Rede Eclesial Pan-Amazônica

Período de referência: agosto e setembro de 2026

1. Apresentação

Ao longo dos meses de agosto e setembro de 2026, a REPAM-Brasil desenvolveu um conjunto de ações de comunicação, mobilização social, incidência e articulação territorial por meio das campanhas Amazoniza-te e Eu Voto pela Amazônia.

As iniciativas tiveram como propósito sensibilizar a sociedade sobre a importância da defesa da Amazônia, fortalecer o protagonismo das populações amazônicas e incentivar a participação cidadã e democrática, reconhecendo a relação direta entre as decisões políticas, a proteção socioambiental e a garantia dos direitos dos povos e comunidades tradicionais.

As campanhas foram desenvolvidas de forma articulada, conectando comunicação digital, ações presenciais, produção de materiais educativos, encontros comunitários, atividades culturais e parcerias com organizações da sociedade civil e instituições comprometidas com a defesa da vida.

A proposta buscou ampliar a presença das mensagens nos territórios, valorizar as experiências das comunidades e construir espaços de reflexão sobre a democracia, os direitos humanos, a justiça socioambiental e a responsabilidade coletiva com o futuro da Amazônia.













2. Objetivos das campanhas

A campanha Amazoniza-te foi retomada como um chamado à sociedade para reconhecer a Amazônia como território de vida, diversidade, culturas, saberes e resistência. Sua proposta central é despertar o compromisso individual e coletivo com a proteção da floresta, das águas, dos povos e das comunidades amazônicas.

Por meio de ações de sensibilização e mobilização, a campanha procura ampliar a compreensão sobre os desafios socioambientais da região e incentivar a formação de redes de solidariedade e participação em defesa da Casa Comum.

Já a campanha Eu Voto pela Amazônia tem como foco a conscientização sobre a importância da participação política e do voto responsável, destacando que as escolhas realizadas nos processos eleitorais influenciam diretamente as políticas públicas, a proteção dos territórios, os direitos das populações e as condições de vida na região amazônica.

A campanha também buscou fortalecer o debate sobre democracia, cidadania e responsabilidade política, incentivando a reflexão sobre o compromisso dos representantes eleitos com as pautas socioambientais e com os direitos das comunidades.

As duas iniciativas compartilham a compreensão de que defender a Amazônia significa também defender a democracia, os direitos humanos e a participação de seus povos nas decisões que afetam seus territórios.



3. Estratégias de mobilização e comunicação

As atividades foram organizadas de maneira integrada, considerando a necessidade de alcançar diferentes públicos e ampliar a presença das campanhas nos espaços digitais e presenciais.

As principais estratégias compreenderam:

- Produção e divulgação de conteúdos nas redes sociais e canais institucionais da REPAM-Brasil;
- Desenvolvimento de materiais gráficos e educativos para sensibilização e mobilização;
- Realização de encontros comunitários e sessões de cine-debate;
- Cartilha de acompanhamento do cine-debate;
- Intervenções de comunicação popular em espaços públicos, com utilização de cartazes lambe-lambe;
- Participação em encontros, atividades formativas e espaços de articulação;
- Mobilização de juventudes, lideranças e organizações parceiras;
- Divulgação de mensagens relacionadas à participação democrática, ao voto consciente e à defesa dos territórios amazônicos.

Entre os materiais previstos para apoiar as ações estavam 1.000 cartazes lambe-lambe, 1.000 ventarolas, 20 camisetas e cinco bandeiras, destinados a ampliar a visibilidade das campanhas e oferecer suporte às mobilizações presenciais.

A integração dessas estratégias possibilitou trabalhar mensagens comuns em diferentes linguagens e ambientes, favorecendo a aproximação com públicos diversos.



4. Ações territoriais e mobilização comunitária

Um dos principais eixos de atuação foi a realização de atividades presenciais em territórios amazônicos, aproximando as campanhas das realidades e experiências das comunidades.

Em Belém e em comunidades próximas, a REPAM-Brasil articulou ações com organizações e movimentos parceiros, fortalecendo a circulação de informações e promovendo espaços coletivos de diálogo sobre democracia e justiça socioambiental.

Entre as iniciativas desenvolvidas, destacaram-se os cine-debates realizados em parceria com a CESE, Igreja Anglicana da Amazônia, Coletivo Tela Firme, Cáritas Brasileira Regional Norte 2, CNBB Norte 2 e Comitê de Combate à Corrupção Eleitoral, articulando também as mensagens das campanhas Nosso Voto é Potente e Boto Fé no Voto.

As atividades incluíram encontros e sessões em diferentes territórios, entre eles:

- Chalé da Paz, no bairro da Terra Firme, em Belém;
- Furo do Piriquitaquara, em área insular de Belém;
- Território quilombola do Abacatal, na Escola Manuel Gregório.

O audiovisual foi utilizado como instrumento de educação popular, sensibilização e estímulo ao diálogo. As sessões contribuíram para aproximar temas políticos e socioambientais do cotidiano das comunidades, incentivando reflexões sobre os desafios enfrentados nos territórios e a importância da participação cidadã.

Além das exibições, os encontros representaram oportunidades de aproximação com lideranças comunitárias,

organizações locais e participantes interessados em fortalecer a defesa da democracia e dos direitos socioambientais.

As ações reforçaram a importância de construir processos de mobilização a partir das realidades locais, reconhecendo as comunidades não apenas como destinatárias das mensagens, mas como protagonistas das reflexões e iniciativas.













5. Intervenções com lambe-lambes e comunicação popular

A mobilização por meio de cartazes no formato lambe-lambe constituiu uma das estratégias de comunicação popular utilizadas nas campanhas.

As intervenções buscaram ocupar espaços públicos e locais de circulação de pessoas, levando mensagens sobre a defesa da Amazônia, a importância da participação democrática e o compromisso coletivo com a proteção dos territórios.

A utilização de uma linguagem visual direta e acessível permitiu ampliar a presença das campanhas para além das redes sociais, aproximando as mensagens do cotidiano das comunidades.

As ações com lambe-lambes também favoreceram a integração entre comunicação institucional e mobilização territorial, estimulando a curiosidade, a reflexão e a circulação das mensagens em diferentes ambientes.

Essa estratégia reafirmou a importância de diversificar os canais de comunicação, especialmente em territórios nos quais o acesso à informação digital pode apresentar limitações.









6. Comunicação digital e resultados nas redes sociais

A comunicação digital constituiu um eixo estratégico de apoio à mobilização, permitindo divulgar as atividades realizadas, compartilhar mensagens educativas, ampliar a circulação de conteúdos e conectar diferentes públicos às pautas defendidas pela REPAM-Brasil.

Durante o período de desenvolvimento das campanhas, especialmente em setembro, a presença digital institucional registrou resultados expressivos.

De acordo com o Relatório de Desempenho Digital de setembro de 2026, o perfil da REPAM-Brasil no Instagram alcançou 1.909.015 visualizações, representando um crescimento de 5.328% em comparação com agosto.

Outro resultado relevante foi a ampliação da audiência para além da comunidade que já acompanhava o perfil. 97% das visualizações foram provenientes de pessoas que ainda não seguiam a REPAM-Brasil, indicando uma expansão significativa da circulação das mensagens.

O crescimento da visibilidade também foi acompanhado por um volume expressivo de participação do público, com 147.883 interações registradas ao longo do mês.

A comunidade digital apresentou um crescimento líquido de 3.285 seguidores, encerrando o período analisado com 11.271 seguidores, o que corresponde a uma expansão de 41,1% da base.

Esses indicadores evidenciam uma ampliação importante da capacidade de comunicação e de sensibilização da REPAM-Brasil durante o período de mobilização das campanhas.



7. Produção e distribuição de conteúdos

Em setembro, a estratégia de comunicação digital contemplou diferentes formatos de publicação, buscando equilibrar alcance, aprofundamento das informações, relacionamento com o público e divulgação das atividades territoriais.

Foram publicados: 14 Reels; 42 posts; 62 Stories.

O conjunto representa 118 publicações contabilizadas nesses formatos. O painel geral do Instagram também registrou 132 conteúdos compartilhados, diferença associada aos critérios de contabilização apresentados nas diferentes telas da plataforma.

Os vídeos curtos tiveram papel de destaque na estratégia de comunicação, concentrando aproximadamente 1,9 milhão de visualizações.

As publicações estáticas registraram cerca de 59 mil visualizações, enquanto os Stories somaram aproximadamente 3,7 mil visualizações.

O desempenho dos Reels demonstrou a capacidade do audiovisual de alcançar novos públicos, especialmente quando associado a mensagens de interesse coletivo e temas relevantes para a sociedade.

Ao mesmo tempo, os demais formatos permaneceram importantes para divulgar informações, fortalecer a identidade institucional e manter a continuidade do diálogo com a comunidade digital.



8. Conteúdos de destaque e participação democrática

Entre as publicações identificadas pelo Instagram como responsáveis pela chegada de novos seguidores, destacou-se o conteúdo "Fé brasileira escolhe a democracia", que apresentou desempenho expressivo e foi associado a mais de 3 mil novos seguidores na visualização de resultados da plataforma.



A repercussão desse conteúdo demonstra o potencial de mensagens relacionadas à defesa da democracia e à participação cidadã para despertar identificação e ampliar o diálogo com diferentes públicos.

Essa experiência dialoga diretamente com os objetivos da campanha Eu Voto pela Amazônia, ao evidenciar o interesse da sociedade por conteúdos que relacionam participação política, responsabilidade coletiva e compromisso com a democracia.

O resultado também reforça a importância de utilizar linguagens acessíveis, narrativas de mobilização e recursos audiovisuais na comunicação das campanhas.



9. Crescimento da presença institucional

O desempenho das redes sociais durante setembro revela três movimentos relevantes para a estratégia de comunicação da REPAM-Brasil: ampliação da distribuição dos conteúdos, aumento das interações e crescimento da comunidade digital.

A expansão da audiência representa uma oportunidade de apresentar a atuação da REPAM-Brasil a pessoas que ainda não conheciam a Rede, aproximando-as das iniciativas de defesa da Amazônia e incentivando sua participação em ações de mobilização.

Os indicadores apresentados correspondem ao desempenho geral do Instagram institucional, não sendo possível atribuir integralmente os resultados às campanhas Amazoniza-te e Eu Voto pela Amazônia.

Entretanto, os dados demonstram o fortalecimento da capacidade de comunicação da organização no mesmo período em que as campanhas estavam sendo desenvolvidas, criando condições favoráveis à ampliação da visibilidade das pautas socioambientais e democráticas.



10. Articulação institucional e participação em espaços de diálogo

A implementação das campanhas também esteve associada ao fortalecimento das relações institucionais e à participação da REPAM-Brasil em espaços de discussão, formação e mobilização.

As iniciativas dialogaram com organizações da sociedade civil, instituições religiosas, coletivos de comunicação, movimentos populares, juventudes e lideranças comunitárias.

A articulação com parceiros possibilitou ampliar as oportunidades de circulação das mensagens, compartilhar experiências e estabelecer conexões entre diferentes iniciativas comprometidas com a defesa da democracia e da Amazônia.

A campanha Eu Voto pela Amazônia também esteve relacionada à realização de debates e ações de sensibilização sobre os processos eleitorais e suas consequências para os territórios amazônicos.

Entre as iniciativas de diálogo realizadas no período, destacou-se o webinar "Eleições e Amazônia", realizado em 16 de setembro, como espaço de reflexão sobre os desafios democráticos e a responsabilidade política na proteção da região.

A participação em encontros e atividades com juventudes também contribuiu para aproximar as discussões de novos públicos, reforçando a importância da formação cidadã e do protagonismo juvenil nas agendas socioambientais.



11. Resultados e contribuições das campanhas

As ações desenvolvidas ao longo do período contribuíram para ampliar a presença das pautas relacionadas à defesa da Amazônia e à participação democrática nos espaços de comunicação e mobilização da REPAM-Brasil.

Entre as principais contribuições, destacam-se o fortalecimento das parcerias institucionais, a aproximação com comunidades e lideranças territoriais, a diversificação das estratégias de comunicação e a valorização de diferentes linguagens de mobilização.

A utilização do audiovisual, das intervenções urbanas, dos materiais educativos e das plataformas digitais possibilitou ampliar as formas de contato com a sociedade, articulando comunicação e participação popular.

No ambiente digital, os indicadores institucionais demonstraram crescimento significativo da visibilidade e do engajamento, criando oportunidades para expandir a circulação das mensagens relacionadas à democracia, à justiça socioambiental e à defesa dos territórios.

As campanhas também reafirmaram a importância da atuação em rede, mostrando que processos de sensibilização e mobilização ganham força quando construídos em parceria com organizações locais e conectados às experiências das comunidades.

Embora ainda seja necessário aprofundar a mensuração específica dos resultados de cada campanha, as atividades realizadas representam avanços na integração entre comunicação institucional, incidência sociopolítica e mobilização territorial.



12. Aprendizados

A experiência das campanhas evidenciou a importância de desenvolver uma comunicação conectada às realidades dos territórios, utilizando linguagens acessíveis e estratégias capazes de aproximar temas complexos do cotidiano da população.

A articulação entre atividades presenciais e comunicação digital demonstrou potencial para ampliar a circulação das mensagens e fortalecer a visibilidade das iniciativas.

O desempenho dos vídeos curtos no Instagram também destacou a relevância do audiovisual como ferramenta de sensibilização e expansão de audiência.

Outro aprendizado importante foi a necessidade de aproveitar o crescimento da comunidade digital para construir relacionamentos mais duradouros, estimulando a participação das pessoas alcançadas nas ações, encontros e iniciativas promovidos pela REPAM-Brasil.

A experiência reforçou, ainda, a importância das parcerias institucionais e comunitárias para ampliar a presença das campanhas e fortalecer processos coletivos de mobilização.



13. Dificuldades e desafios

Entre os principais desafios identificados está a necessidade de ampliar a presença das campanhas em diferentes territórios amazônicos, considerando as distâncias geográficas, as especificidades locais e as desigualdades no acesso aos meios de comunicação.

Outro ponto importante é o fortalecimento dos mecanismos de acompanhamento e sistematização das ações realizadas, especialmente em relação ao número de participantes, à distribuição dos materiais e ao impacto específico das atividades de mobilização.

No ambiente digital, o crescimento expressivo da audiência também apresenta o desafio de transformar a visibilidade alcançada em participação efetiva, fortalecendo vínculos com os novos públicos.

A diversidade de formatos e ações exige, ainda, planejamento contínuo e articulação entre as equipes de comunicação, mobilização e parceiros territoriais, para garantir a coerência das mensagens e a continuidade das iniciativas.



14. Próximos passos



Para dar continuidade aos avanços conquistados, a REPAM-Brasil pretende fortalecer a integração entre as campanhas e as diferentes frentes de atuação institucional.

Entre as prioridades estão a ampliação da divulgação de experiências territoriais, o fortalecimento da produção audiovisual, a continuidade das ações educativas e o incentivo à participação de juventudes, lideranças comunitárias e organizações parceiras.

Também se destaca a importância de desenvolver instrumentos de acompanhamento capazes de reunir indicadores quantitativos e qualitativos específicos das campanhas, permitindo compreender melhor seus resultados e contribuições.

No campo da comunicação digital, a perspectiva é aproveitar a expansão da audiência para apresentar de forma mais ampla a atuação da REPAM-Brasil, estimular o engajamento com suas pautas e promover oportunidades concretas de participação.



15. Considerações finais

As campanhas Amazoniza-te e Eu Voto pela Amazônia representam iniciativas complementares de sensibilização, mobilização e fortalecimento da participação cidadã em defesa da Amazônia.

Ao articular comunicação, ações territoriais, parcerias institucionais e espaços de diálogo, a REPAM-Brasil reforçou seu compromisso com a proteção da Casa Comum, a garantia dos direitos dos povos e comunidades tradicionais e o fortalecimento da democracia.

Os resultados institucionais de comunicação digital observados em setembro demonstram a capacidade de alcançar novas audiências e ampliar a circulação de mensagens relacionadas às pautas defendidas pela Rede.

Ao mesmo tempo, as experiências territoriais reafirmam que a mobilização pela Amazônia deve ser construída com a participação ativa das comunidades, valorizando seus saberes, suas experiências e seu protagonismo.



Amazonizar-se é assumir um compromisso com a vida. Votar pela Amazônia é reconhecer que a democracia e as escolhas políticas também fazem parte da proteção dos territórios

e da construção de um futuro social e ambientalmente justo.

As campanhas reafirmam, assim, a importância da atuação em rede e da mobilização permanente para que a defesa da Amazônia seja uma responsabilidade compartilhada por toda a sociedade.







REPAM BRASIL

FIQUE POR DENTRO!

Estamos nas redes sociais, nos siga e acompanhe as notícias da REPAM-Brasil

@repambrasil Facebook.com/repambrasil @RepamBrasil

EXPEDIENTE

Boletim da REPAM-Brasil - Edição Especial

Ano 8 - Edição 15 – novembro de 2026

Publicação Digital

Rede Eclesial Pan-Amazônica - REPAM-Brasil

Presidente: Dom Evaristo Pascoal Spengler

Vice-presidente: Dom Pedro Brito Guimarães

Secretário: Dom José Ionilton Lisboa de Oliveira

Secretária Executiva: Irmã Maria Irene Lopes dos Santos

Ecônomo: Dom Nereudo Freire Henrique

Coordenadora de Projetos: Arlete Gomes

Articuladora: Joana Menezes

Analista Financeira: Denyse Leite

Assistente Administrativo: Átila de Loiola

Assistente de Secretária: Lalyfhe Tavares

Assessor Jurídico e de Incidência Política: Melillo Dinis

Elaboração e Redação: Camila Del Nero

Projeto Gráfico e Diagramação: Raul Benevides

Imagens: Arquivos da REPAM-Brasil

Contato

www.repam.org.br

comunicacao@repam.org.br

(61) 98595-5278

REALIZAÇÃO: REPAM BRASIL

APOIO: CAFOD Catholic Agency for Overseas Development