

## PRÊMIO JATOBÁ 2025 | FICHA TÉCNICA ORGANIZAÇÃO: LEMA

---

### 1. Tipo de Organização:

Agência Boutique

### 2. Título do Case:

Coalizão Energia Limpa: a influência em prol da transição energética limpa e justa

### 3. Sinopse:

O Brasil tem potencial para liderar a transição energética, mas falta interesse político. A Coalizão Energia Limpa produziu um relatório com dados técnicos mostrando que o país vai na contramão por incentivar a exploração de combustíveis fósseis. Usamos creators para influenciar a opinião pública e pressionar agentes políticos, traduzindo o relatório para uma linguagem acessível ao grande público.

### 4. Estrutura do Case:

#### CENÁRIO

A Coalizão Energia Limpa, formada por organizações da sociedade civil e surgiu na COP 2021 com a missão de promover uma transição energética justa no Brasil. Em 2024, após a maior tragédia climática do sul do país, lançou o relatório “Regressão Energética”, que mostra como, nos últimos 20 anos, decisões políticas favoreceram o gás fóssil, atrasando a descarbonização e aumentando os custos para a população.

Participam da Coalizão Energia Limpa: Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), Instituto ClimaInfo, nosso cliente, Instituto de Energia e Meio Ambiente (IEMA), Instituto de Estudos Socioeconômicos (INESC), Instituto Internacional ARAYARA.org, Instituto Pólis, Observatório da Mineração e Coalizão Não Fracking Brasil (COESUS).

#### TENSÃO

A população desconhece que incentivos ao gás natural encarecem a conta de luz e ampliam os impactos da crise climática. Ao mesmo tempo, o tema é percebido como distante e técnico, dificultando o engajamento.

#### DESAFIO

Como transformar um tema técnico em uma conversa popular, gerando compreensão e engajamento sobre a urgência de uma transição limpa e justa?

#### INSIGHT

Traduzir o debate sobre políticas energéticas em uma linguagem simples e conectada com o dia a dia das pessoas.

## BIG IDEA

“**Transformar dados complexos em histórias reais**”: criadores de conteúdo engajados em pautas sociais e ambientais levaram a mensagem de forma autoral para suas comunidades, mostrando que a luta contra combustíveis fósseis é uma luta por justiça climática e pelo direito à energia limpa e acessível.

## MECÂNICA

Para levar a pauta a um público amplo, apostamos em uma estratégia de influência baseada em **autenticidade e relevância social**. A campanha se estruturou na criação de conteúdos educativos e autorais, conectando dados do relatório à linguagem cotidiana dos influenciadores e suas comunidades.

- Seleção de **12 influenciadores** com conexão com causas socioambientais.
- Produção de conteúdos originais no **Instagram e TikTok**, adaptados à linguagem de cada criador.
- Uso de **call to action** para download do relatório “Regressão Energética”.
- **Contextualização com temas atuais**, como a tragédia climática no Rio Grande do Sul e aumento da conta de luz.
- Amplificação por meio das hashtags: **#EnergiaDoFuturoÉRenovável #ChegaDeCombustívelFóssil #RegressãoEnergéticaNão**.

## PRINCIPAIS RESULTADOS\* - INFLUÊNCIA

A campanha alcançou resultados expressivos, garantindo visibilidade e engajamento qualificado para a pauta:

- **12 influenciadores paid (Instagram + TikTok)**.
- **251.948 pessoas alcançadas**.
- **396.316 impressões/reproduções**.
- **+30 mil interações** (curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos).
- **Taxas de engajamento muito acima da média**, chegando a **34,55%** em um dos conteúdos mais relevantes (**Laura Sabino**).
- Conteúdos que combinaram didática, humor e storytelling para traduzir a urgência da pauta energética.

## CONCLUSÃO

A campanha conseguiu transformar um tema técnico em uma conversa popular, mobilizando pessoas para a urgência da transição energética limpa e justa. Com uma estratégia baseada em autenticidade, dados complexos foram traduzidos em narrativas acessíveis e relevantes, gerando engajamento expressivo e debate qualificado. Mais do que números, o projeto cumpriu seu papel de conscientização e pressão social, fortalecendo a Coalizão Energia Limpa como uma voz confiável no enfrentamento à crise climática e mostrando que informação, quando bem comunicada, é também uma forma de ativismo.

### 5. Cronograma do Case:

11/06/2024: Fechamento do Briefing p/ influenciadores

19/06/2024: Início dos conteúdos  
27/09/2024: Último conteúdo  
09/10/2024: Entrega report da ação

**6. Orçamento do Case:**

R\$ 41.022,32