

2025

Relatório anual

teja
de criadores

www.teiadecriadores.com
[@teiadecriadores](https://twitter.com/teiadecriadores)

Sumário

Expediente

Quem Somos

Missão

Carta Da Diretoria

Campanhas

Tarifa Zero

Carnaval

Seu Dinheiro de Volta

Marcha das Mulheres Negras

Ações e Participações

BH nas Ruas .01

Terceirão

BH nas Ruas .02

Comunicação, Cultura e mobilização

Mini-chamados

Ministra Negra no STF

Provatização da Copasa

Encontros

Novos criadores

Prismas

2ª Conferência Nacional de Advocacy

5 anos de Sleeping Giants Brasil

Confluência Latam 2025 Poder Narrativo Latino-Americano

Convergência dos Movimentos Sociais Sul-Sul

2 anos de Teia

A Teia de 2025 em números

3

4

5

6

7

10

12

15

18

19

21

22

23

24

25

27

29

30

31

32

33

34

35

36

37

Expediente

Diretoria

Mariana Evaristo

Diretora Executiva Associada

Luiz Othavio Gimenez (Zotha)

Diretor Associado e Fundador

Equipe

Marcos Gomes

Videomaker

Mirela Persichini

Videomaker

Diogo Coura

Videomaker

Eiane Vieira

Designer Gráfico

Alicia Lanna

Analista de Comunicação

Jô Andrade

Jornalista

Maria Gabriele Breda

Coordenadora Financeira

Franco Dafon

Gerente Executivo

Fundadores e Associados

Márcia Cruz

Humberto Ribeiro

Conselho Consultivo

Edilene Lobo

Humberto Ribeiro

Liliane Correia

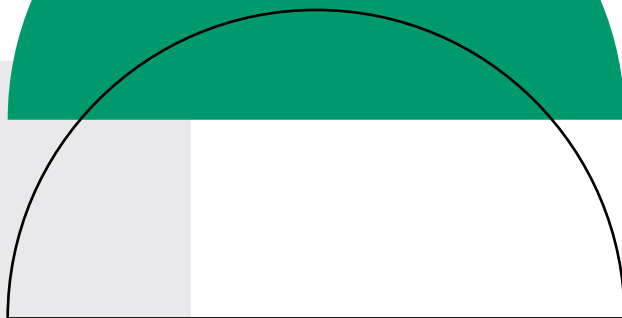
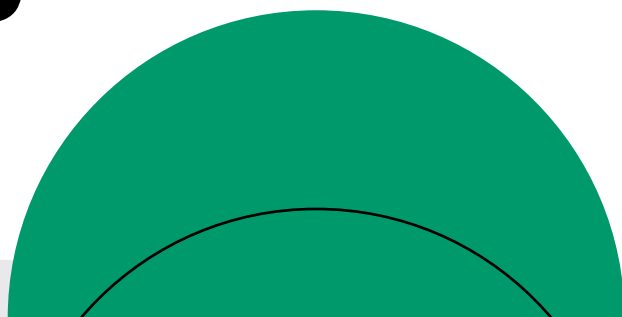
Márcia Cruz

Nilma Lino Gomes

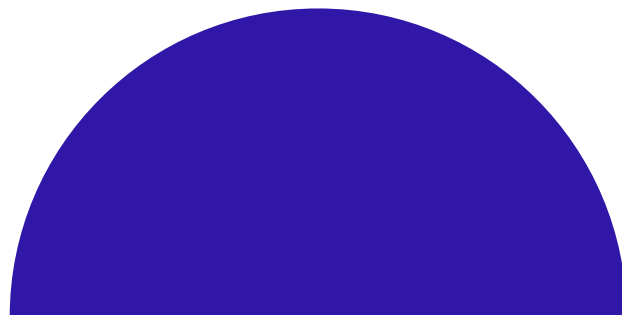
Conselho Fiscal

Nil César

Raul Torres



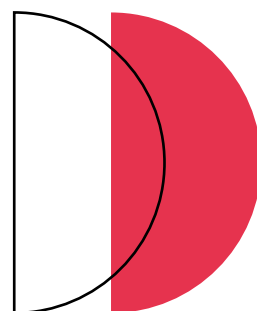
Quem somos



A Teia de Criadores é uma organização da sociedade civil que atua no fortalecimento da comunicação digital democrática em Minas Gerais e no Brasil. A partir de uma estrutura técnica robusta e de uma atuação articulada em rede, a Teia oferece infraestrutura, serviços especializados e inteligência em comunicação para criadores de conteúdo, comunicadores populares, e organizações da sociedade civil.

Ao longo de 2025, a Teia consolidou-se como um espaço de produção, mobilização e articulação estratégica, conectando diferentes vozes e territórios e ampliando a capacidade de incidência pública de quem comunica a partir do compromisso com os direitos humanos e o bem comum.

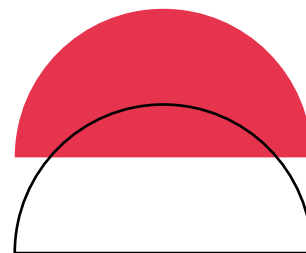
As principais áreas de atuação da organização envolvem a criação de conteúdo digital sobre temas democráticos e de direitos, storytelling e comunicação estratégica, o desenvolvimento de campanhas de impacto social voltadas à participação cívica e à mobilização popular, além da articulação de redes que sustentam um ecossistema de comunicação vivo, colaborativo e diverso.



Missão

A missão da Teia de Criadores é consolidar uma cultura democrática e orientada aos direitos humanos em Minas Gerais e no Brasil, fortalecendo narrativas comprometidas com a justiça social, a equidade e a participação popular, e contribuindo para um debate público mais plural, informado e conectado com as realidades do país.

Carta da diretoria



Ao completar dois anos de existência, a Teia de Criadores chega ao final de 2025 como uma organização mais madura, enraizada e consciente do papel estratégico que ocupa no campo da comunicação e da mobilização social em Minas Gerais e no Brasil. O que começou, em novembro de 2023, como uma resposta urgente aos desafios da democracia, tornou-se um ecossistema vivo, capaz de articular vozes, territórios e narrativas em escala crescente.

Ao longo de 2025, avançamos na consolidação institucional da Teia. Fortalecemos processos internos, ampliamos parcerias, estruturamos campanhas de longo fôlego e aprofundamos nossa capacidade de atuação em rede. A sede da Teia seguiu sendo um espaço de encontro, criação e cuidado coletivo, onde a comunicação deixou de ser apenas ferramenta e passou a ser prática política cotidiana.

Esse foi um ano marcado por grandes mobilizações, incidências públicas e pela ampliação do alcance dos conteúdos produzidos por criadores, organizações e lideranças que integram a Teia. Mais do que números, o que nos moveu foi a construção de sentido, a disputa de narrativas e a afirmação de que comunicar é um ato profundamente político, especialmente em um contexto de intensificação das disputas sobre democracia, direitos e participação social.

Ao olhar para 2026, sabemos que o país entrará em um novo ciclo eleitoral decisivo. Estarão em jogo projetos de sociedade, formas de governar e, sobretudo, o lugar da democracia na vida cotidiana das pessoas. A Teia se prepara para esse momento com responsabilidade, estratégia e compromisso público, entendendo que a comunicação será central para informar, mobilizar e ampliar a participação popular.

Seguiremos trabalhando para que criadores e comunicadores populares tenham condições reais de disputar narrativas, fortalecer agendas de interesse público e contribuir para um debate político mais qualificado, plural e conectado com as realidades dos territórios. O que está em jogo em 2026 exige organização, articulação e coragem. E é isso que a Teia de Criadores se propõe a seguir construindo.

Agradecemos a todas as pessoas, coletivos, organizações e parceiros que fizeram parte deste segundo ano de caminhada. Que 2026 nos encontre ainda mais preparados, atentos e comprometidos com o futuro que queremos construir juntos.

Boa leitura!
Mariana e Zotha



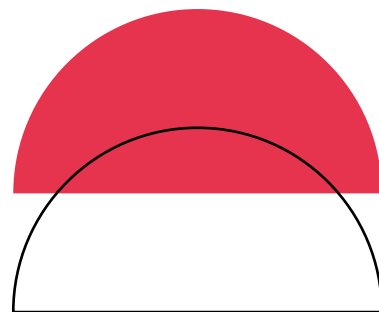
06

Campanhas

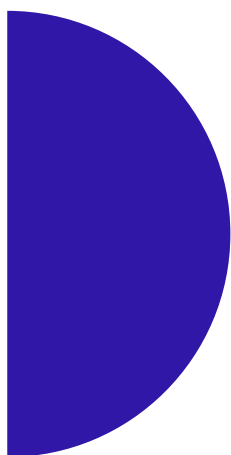
Ao longo de 2025, a Teia de Criadores consolidou sua atuação em campanhas de incidência pública que articularam comunicação digital, mobilização social e presença nos territórios. As campanhas desenvolvidas ao longo do ano tiveram como eixo comum a disputa de narrativas em torno de direitos, políticas públicas e participação popular, conectando criadores de conteúdo, organizações da sociedade civil e lideranças políticas e comunitárias.

Tarifa Zero

A atuação da Teia de Criadores na campanha Tarifa Zero ocorreu em articulação direta com os coletivos Minha BH e Tarifa Zero BH, em um processo construído de forma coletiva, horizontal e complementar. Cada organização atuou a partir de suas vocações específicas, cabendo à Teia a responsabilidade de estruturar, executar e potencializar a estratégia digital da campanha. Essa colaboração foi marcada por diálogo constante, alinhamento político e confiança mútua, elementos fundamentais para garantir coerência narrativa e continuidade da mobilização ao longo do tempo.



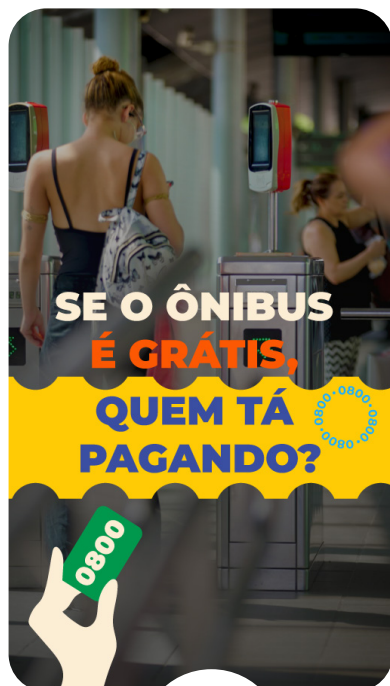
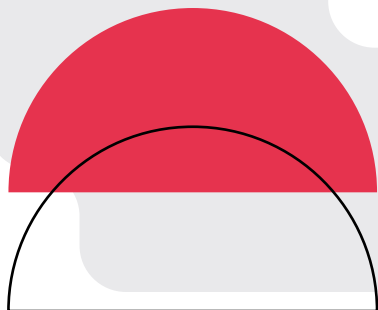
Do ponto de vista operacional, a Teia funcionou como um hub de criação digital, organizando fluxos de produção audiovisual, colaboração em roteiros e desenvolvimento de conteúdos pensados especificamente para circulação em redes sociais. Essa metodologia permitiu rapidez na resposta aos acontecimentos, diversidade de formatos e consistência estética, assegurando que a pauta permanecesse viva no debate público durante todo o período da campanha.



Ao longo do primeiro e do segundo semestre de 2025, a Teia colocou sua equipe, metodologia e capacidade de produção a serviço da campanha, com foco especial no apoio às ações do coletivo Minha BH, braço mineiro da organização Nossas. Essa atuação reafirmou o compromisso da organização com o fortalecimento da sociedade civil e com a comunicação entendida como ferramenta de interesse público e de incidência democrática.



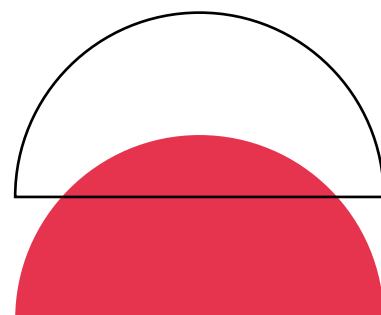
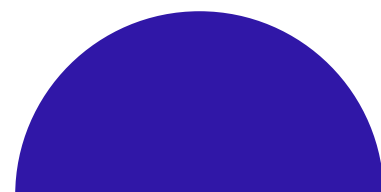
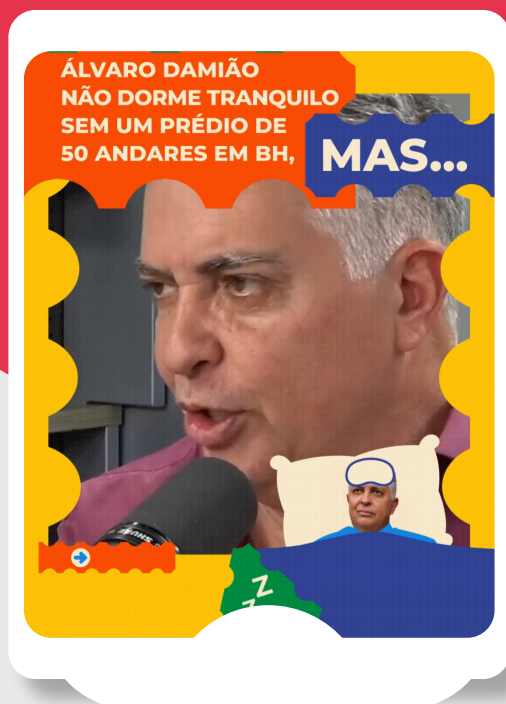
A produção de conteúdo buscou apresentar a Tarifa Zero de forma conectada ao cotidiano das pessoas, relacionando o tema a questões como custo de vida, acesso ao trabalho, direito à cidade, tempo livre e qualidade das relações urbanas. A escolha por uma linguagem acessível, aliada a narrativas centradas em experiências reais, foi fundamental para ampliar o alcance da pauta e dialogar com públicos diversos, para além dos círculos tradicionalmente engajados.



Entre abril e outubro de 2025, período que coincidiu com o acirramento do debate institucional e a tramitação do Projeto de Lei na Câmara Municipal de Belo Horizonte, os conteúdos produzidos pela Teia sobre a Tarifa Zero alcançaram cerca de 3 milhões de visualizações e aproximadamente 200 mil interações. Esses números evidenciam a capacidade da mobilização digital de manter a pauta em circulação, gerar engajamento qualificado e exercer pressão pública, mesmo diante de um cenário institucional adverso.

Entre as produções de maior destaque estão o vídeo explicativo sobre a gratuidade do transporte público em Belo Horizonte, que apresentou de forma didática como a Tarifa Zero poderia funcionar na cidade, além de uma série de cards informativos que sistematizaram dados e argumentos centrais da proposta. Outro momento relevante foi a cobertura da mobilização da sociedade civil na Câmara Municipal no dia da votação do Projeto de Lei, contribuindo para ampliar a visibilidade do debate e fortalecer a cobrança pública sobre o legislativo municipal.

Mais do que informar, a campanha trabalhou com a construção de sentido coletivo em torno do direito à mobilidade, mobilizando valores como justiça social, acesso à cidade e redução das desigualdades. A comunicação foi utilizada como instrumento de pressão democrática e de formação de vontade pública, articulando o campo digital às demais dimensões da ação política.

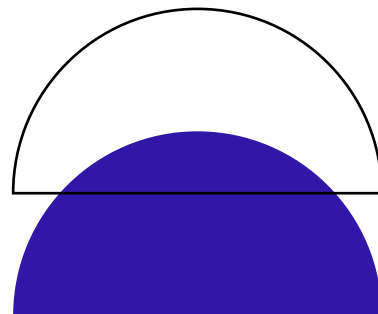


Apesar da força da mobilização e da ampla circulação da pauta na cidade, o Projeto de Lei da Tarifa Zero foi rejeitado na Câmara Municipal de Belo Horizonte por 30 votos a 10. A votação foi marcada por forte pressão do poder executivo sobre os parlamentares, incluindo relatos de ameaças de retirada de cargos comissionados de aliados, o que tensionou o ambiente político e levantou questionamentos sobre a autonomia do legislativo. A decisão provocou intensa reação pública, com críticas direcionadas ao prefeito e aos vereadores que votaram contra a proposta. Duas semanas após a derrota institucional, no entanto, a prefeitura anunciou a gratuidade do transporte público aos domingos e feriados, apresentando a medida como iniciativa própria. O que se revela nesse movimento é o deslocamento do conflito: o que foi negado como política estruturante retorna como concessão parcial. Ainda assim, é preciso nomear o que de fato aconteceu. A Tarifa Zero não foi derrotada. Ela foi disputada, tensionada e, sobretudo, imposta como tema incontornável pela sociedade civil.

O recuo do executivo, mesmo que limitado, é expressão direta da pressão construída coletivamente e do impacto da campanha na formação da vontade pública.

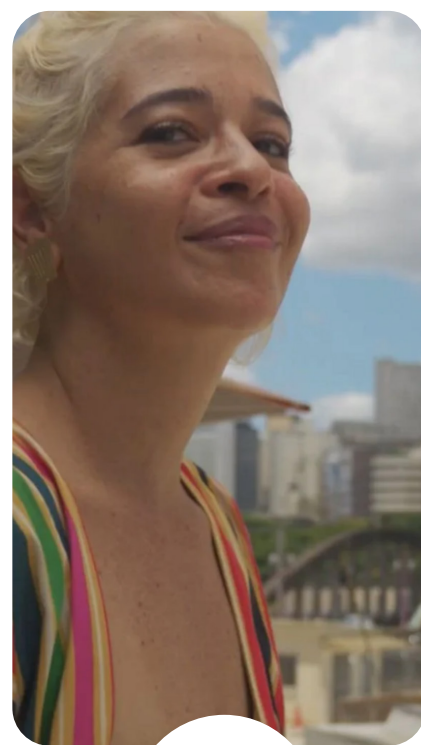
Carnaval

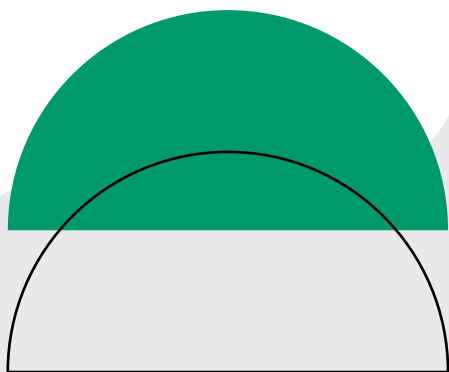
Collab com a Prefeitura de Belo Horizonte



A campanha de Carnaval de 2025, realizada em colaboração com a Prefeitura de Belo Horizonte, teve como foco evidenciar o papel do poder público na organização da maior festa de rua da cidade e na garantia de direitos durante o período carnavalesco. A Teia de Criadores foi responsável pela concepção da estratégia de comunicação, pela criação da identidade visual da campanha e pela produção integral dos conteúdos audiovisuais, atuando desde a roteirização até a captação e edição dos materiais. A cobertura mobilizou quatro criadores de conteúdo do ecossistema, sendo eles Babi Amaral, TomTom, Livia Teodoro e Zotha, que produziram conteúdos no pré-Carnaval e durante os dias oficiais da festa, com entrevistas, registros de rua e vídeos informativos sobre os serviços ofertados pela Prefeitura.

Ao longo da campanha, foram publicados oito vídeos, que somaram mais de 450 mil visualizações e quase 14 mil interações no Instagram. Um dos conteúdos gerou repercussão de grande impacto simbólico e político. O vídeo que registrava dois foliões fantasiados de Jesus e do Diabo trocando um selinho alcançou mais de 100 mil visualizações em poucas horas, antes de ser retirado do ar após ataques coordenados. A cena, que expressava a diversidade, a irreverência e a liberdade estética próprias do Carnaval de Belo Horizonte, foi recontextualizada por setores conservadores da política mineira, incluindo vereadores e deputados estaduais, que mobilizaram uma reação moralista e religiosa contra a campanha.

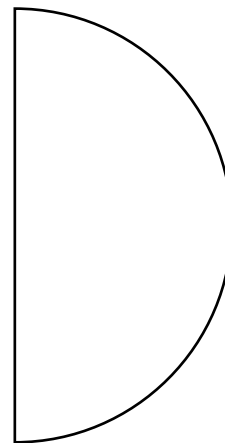




A polêmica extrapolou as redes sociais e ganhou ampla repercussão na imprensa local e nacional, colocando o Carnaval de Belo Horizonte no centro de um debate público sobre liberdade de expressão, uso do espaço público, religiosidade e cultura popular. Como desdobramento desse processo, foi aprovado na Câmara Municipal de Belo Horizonte um Projeto de Lei que institui o Dia Municipal de Combate à Cristofobia. O episódio evidenciou como narrativas produzidas a partir do território da festa são atravessadas por disputas políticas e simbólicas, ao mesmo tempo em que reafirmou a potência da comunicação popular quando articulada a acontecimentos de grande circulação e relevância pública.

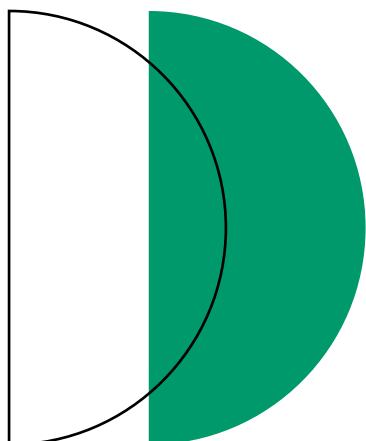


Seu Dinheiro de Volta



A campanha Seu Dinheiro de Volta teve como foco central o debate sobre justiça tributária, com ênfase na defesa da isenção do imposto de renda para pessoas que recebem até R\$ 5 mil. Desenvolvida entre junho e outubro de 2025, a iniciativa buscou traduzir um tema historicamente tratado de forma técnica e distante em uma narrativa clara, acessível e conectada ao cotidiano das pessoas. A campanha foi realizada em parceria estratégica com o Instituto Cultura, Comunicação e Incidência (ICCI), cuja colaboração foi fundamental para viabilizar a incidência pública, a produção de conteúdos e a articulação da pauta em escala nacional.

No mês de junho, a campanha entrou em fase de aquecimento, com a publicação de quatro conteúdos voltados à apresentação do tema e à construção de familiaridade com a agenda da justiça tributária. Ainda que com volume reduzido, essa etapa inicial permitiu testar formatos e abrir a conversa com o público, alcançando mais de 14 mil visualizações. Em julho, a entrada de criadores de conteúdo marcou a primeira virada de alcance. Com uma estratégia baseada na diversidade de vozes e linguagens, a campanha ganhou capilaridade e potência pública, registrando mais de 613 mil visualizações e quase 60 mil interações, consolidando o tema no debate digital.





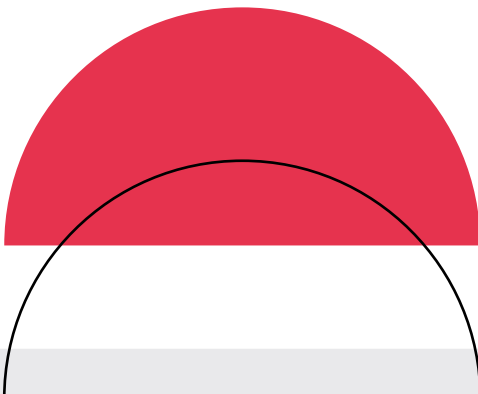
Em agosto, a narrativa foi aprofundada e passou a conectar de forma mais direta a reforma tributária à vida cotidiana das pessoas. Os conteúdos assumiram um caráter mais didático e explicativo, fortalecendo a compreensão pública sobre os impactos da política fiscal. Nesse período, foram publicados 18 conteúdos, que somaram mais de 658 mil visualizações e mais de 63 mil interações. Em setembro, o lançamento da Calculadora da Justiça representou um ponto de inflexão da campanha. A ferramenta transformou a comunicação em serviço público, permitindo que as pessoas visualisassem, na prática, quanto poderiam economizar com a isenção do imposto de renda. Esse movimento impulsionou o engajamento e ampliou significativamente o alcance orgânico, com mais de 617 mil visualizações e mais de 80 mil interações no mês.

Em outubro, com a aprovação do Projeto de Lei na Câmara dos Deputados, a campanha entrou em sua fase de fechamento narrativo. O foco passou a ser a contextualização do impacto político da mobilização digital, a explicação dos desdobramentos institucionais e o reforço do papel da pressão pública no avanço da pauta. Mesmo com menor volume de conteúdos, essa etapa foi fundamental para consolidar o ciclo da campanha junto à audiência.

Ao longo de todo o processo, a campanha mobilizou 13 criadores de conteúdo Laura Sabino, João Saraiva, Babi Amaral, TomTom, Carlos Augusto, Matheus Fersi, Gabi Domingues, Fernanda Teixeira, Dário, Zotha, Lívia Teodoro, Clara Tannure e Rafa Ventura que atuaram como espinha dorsal da distribuição, garantindo pluralidade de vozes, alcance ampliado e legitimidade à narrativa. No total, foram publicados 55 conteúdos originais, que alcançaram 1.997.046 visualizações e geraram 210.387 interações.



Entre as produções de maior destaque estão os vídeos educativos em formato curto publicados no Instagram e no TikTok, conteúdos em colaboração com criadores da rede da Teia, parcerias com organizações como Lamparina e Sleeping Giants Brasil, além da repercussão em veículos de mídia a partir da divulgação da Calculadora da Justiça.



Além dessas ações, a campanha também incorporou uma estratégia criativa de mobilização digital com o Jogo do Leãozinho, uma referência direta ao leão da Receita Federal. Inspirado na estética dos jogos de azar populares nas redes, especialmente no formato visual do chamado “jogo do tigrinho”, o conteúdo simulava um jogo invertido: em vez de perder dinheiro, o público só “ganhava” quando apoiava a proposta de isenção do imposto de renda para quem recebe até R\$ 5 mil. A dinâmica foi construída como uma provocação bem-humorada para estimular o compartilhamento e a mobilização das audiências, convidando as pessoas a se posicionarem a favor da justiça tributária. A iniciativa mobilizou criadores de conteúdo e influenciadores e gerou repercussão nas redes, chegando inclusive à programação da DiaTV, que repercutiu os vídeos dos criadores e a simulação do jogo em seu conteúdo editorial.



Esses elementos contribuíram para qualificar o debate público sobre tributação, renda e desigualdade, consolidando a campanha Seu Dinheiro de Volta como uma das principais ações de incidência digital da Teia em 2025.

Marcha das Mulheres Negras

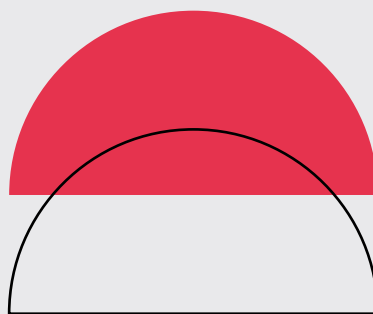


Em novembro de 2025, a Teia de Criadores atuou diretamente na articulação, mobilização e cobertura da Marcha das Mulheres Negras por Reparação e Bem Viver, fortalecendo a participação das mulheres negras de Minas Gerais e acompanhando presencialmente a jornada histórica em Brasília. A atuação da Teia combinou trabalho político prévio, produção audiovisual e incidência comunicacional, reafirmando o papel da comunicação como ferramenta estratégica de mobilização democrática.

A Marcha reuniu 300 mil mulheres negras de mais de 40 países na capital federal, em uma ocupação histórica que atravessou o dia 25 de novembro desde as primeiras horas da manhã até a noite. A programação articulou incidência institucional, mobilização popular, espiritualidade, cultura e celebração da vida, consolidando-se como um dos atos políticos mais significativos já protagonizados por mulheres negras no Brasil. Ao longo do dia, foram realizadas coletiva de imprensa com o Comitê Nacional, cerimônia oficial de abertura com leitura do manifesto político, Sessão Solene no Congresso Nacional e a grande marcha pela Esplanada dos Ministérios, que reuniu delegações de todos os estados.



A Teia esteve presente em Brasília com a Diretora Executiva Mariana Evaristo e o videomaker colaborador Marcos Gomes, responsáveis por registrar, documentar e traduzir em linguagem digital a dimensão política, simbólica e histórica da Marcha. A cobertura priorizou uma abordagem comprometida com as pautas construídas pelas mulheres negras, evidenciando a centralidade da reparação histórica, do bem viver, da justiça social e da democracia no projeto político apresentado pela Marcha ao país.



Além da mobilização popular, a Marcha teve forte incidência institucional. Enquanto milhares de mulheres negras ocupavam as ruas, o Congresso Nacional sediava uma Sessão Solene em homenagem à Marcha, presidida pela deputada federal Benedita da Silva, com a presença de parlamentares e ministras de Estado. Ao final do dia, uma comitiva do Comitê Nacional foi recebida pelo presidente do Supremo Tribunal Federal, ministro Edson Fachin, que reconheceu publicamente a legitimidade das pautas apresentadas e a urgência da presença de mulheres negras nos espaços máximos de poder da República. Esse conjunto de ações reafirma a Marcha como um marco incontornável da história democrática brasileira, ao articular mobilização de massas, incidência institucional e formulação política.

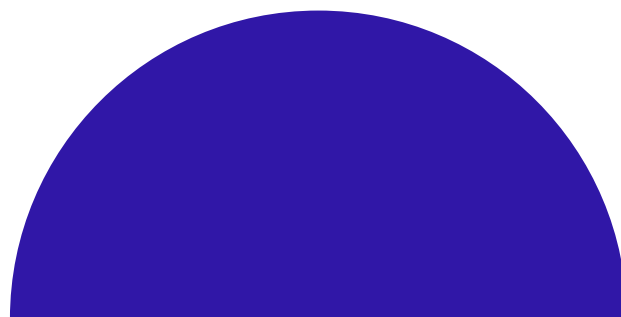
No ambiente digital, a cobertura realizada pela Teia ampliou o alcance da Marcha e conectou a mobilização de novembro às disputas estruturais por direitos no Brasil. Os conteúdos publicados abordaram temas como desigualdade racial, democracia, futuro do país e protagonismo político das mulheres negras, além de registros diretos da Marcha e das atividades em Brasília.



Ao todo, os conteúdos da Marcha publicados nos canais da Teia de Criadores somaram 578.414 visualizações e 24.280 interações, evidenciando a potência da comunicação digital como ferramenta de amplificação das lutas das mulheres negras e de fortalecimento do debate público.

Por fim, a atuação da Teia na Marcha das Mulheres Negras reafirmou seu compromisso com uma comunicação orientada à justiça racial, à reparação histórica e ao fortalecimento de projetos democráticos construídos a partir das lutas dos territórios e dos corpos que historicamente sustentam este país.



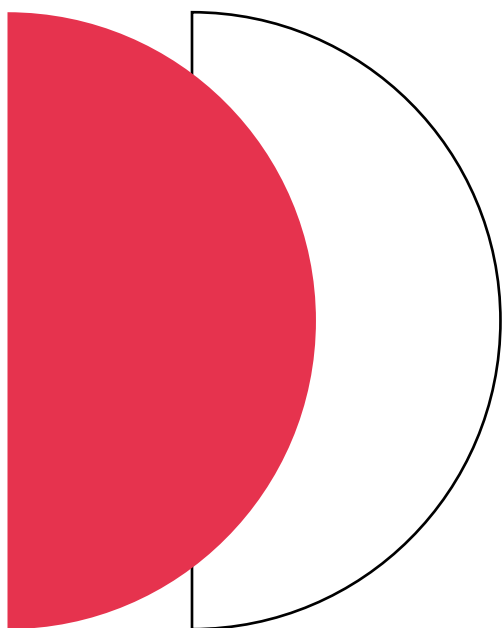


Ações e participações

Mobilização pública e produção audiovisual em 2025.

O ano de 2025 consolidou a Teia de Criadores como um ator capaz de operar simultaneamente em três frentes estratégicas: mobilização nas ruas, articulação com movimentos sociais e produção audiovisual com alcance nacional. Ao longo do ano, a organização esteve presente em momentos decisivos do debate público, utilizando comunicação, cultura e presença territorial como ferramentas de disputa narrativa.

Esse posicionamento ficou evidente em três iniciativas que marcaram o período: as duas mobilizações do movimento BH nas Ruas e a participação da equipe da Teia na produção audiovisual da série Terceirão, da Globoplay.



A diagram showing a semi-circle with a horizontal line passing through its center. The area below the line is shaded blue, and the area above the line is white.



JULIANA SHIUTZ _____

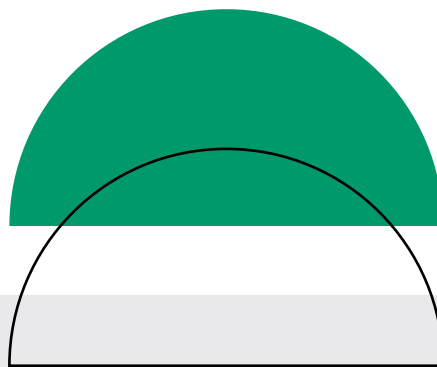
A mobilização em Belo Horizonte integrou uma onda nacional de manifestações que ocorreram simultaneamente em capitais e outras cidades brasileiras, compondo um ciclo de atos que se consolidou como um dos maiores movimentos de adesão popular do campo democrático na última década.

Como estratégia de mobilização, a Teia levou para as ruas um trio elétrico com artistas locais, transformando a manifestação em um espaço de expressão cultural, debate político e engajamento popular. A ação combinou presença territorial com forte circulação digital, ampliando o alcance da mobilização para além das ruas.



O conteúdo produzido durante o ato alcançou 6 milhões de visualizações nas redes sociais e gerou 600 mil interações, demonstrando a capacidade da Teia de articular cultura, ativismo e comunicação digital em larga escala.

Terceirão



Ainda em 2025, a Teia de Criadores também esteve presente em uma importante produção audiovisual nacional. O filmmaker Marcos Gomes, integrante da equipe da organização, participou da equipe de captação em Minas Gerais da série Terceirão, produção original da Globoplay.

A série acompanha estudantes brasileiros que vivem o último ano do ensino médio, momento conhecido popularmente como “terceirão”, período marcado pela preparação para o ENEM e vestibulares, pelas escolhas profissionais e pelas tensões típicas da transição entre juventude e vida adulta. Ao acompanhar o cotidiano desses jovens, a produção aborda temas como desigualdade educacional, expectativas familiares, pressão por desempenho e os desafios de construir projetos de futuro em um país profundamente desigual.



A participação de Marcos Gomes na equipe de captação em Minas Gerais evidencia o reconhecimento da capacidade técnica e criativa da rede de profissionais que orbitam a Teia. Além de fortalecer a inserção da organização no mercado audiovisual, a colaboração também amplia a presença de profissionais mineiros em produções de alcance nacional.

BH nas Ruas .02

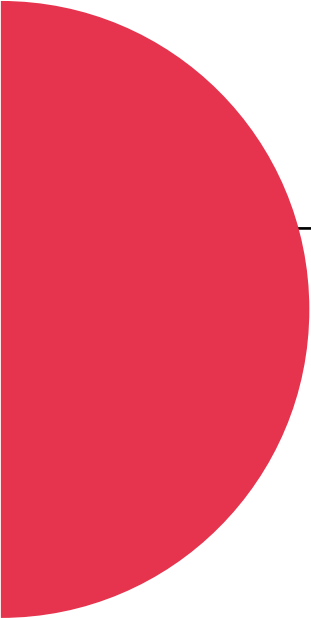
Em dezembro, a Teia de Criadores e o Sleeping Giants Brasil voltaram às ruas com a segunda edição do movimento BH nas Ruas. A mobilização teve como foco o enfrentamento ao Projeto de Lei da Dosimetria, que mobilizava diferentes setores da sociedade civil. Assim como na primeira edição, a mobilização em Belo Horizonte integrou o ciclo nacional de atos realizados em diversas capitais e cidades brasileiras, reafirmando a força de uma agenda democrática que voltou a ocupar o espaço público em escala nacional.



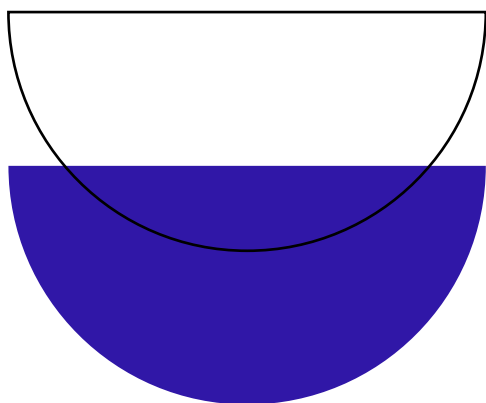
Mais uma vez, a estratégia combinou mobilização cultural e ativismo político, com um trio elétrico reunindo artistas e comunicadores locais. A ação reforçou o papel da cultura como instrumento de disputa no espaço público e reafirmou a capacidade da Teia de organizar iniciativas que conectam território, mobilização social e comunicação digital.



Os conteúdos gerados durante a mobilização alcançaram 1,5 milhão de visualizações e 120 mil interações, ampliando o debate público sobre o tema e fortalecendo a circulação de narrativas produzidas a partir da sociedade civil.

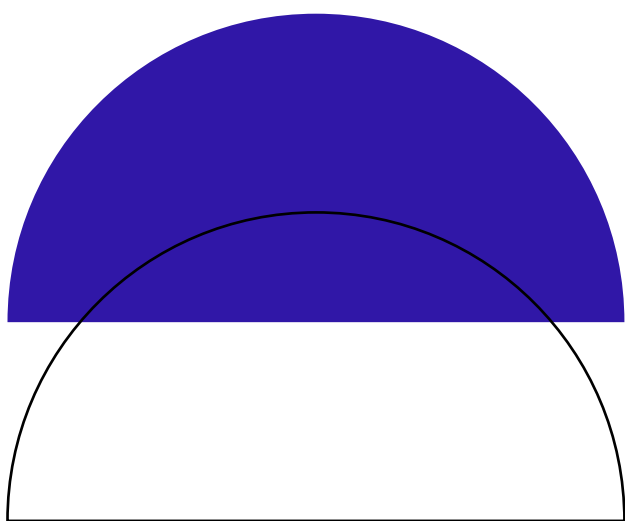


Comunicação, cultura e



mobilização

As iniciativas realizadas em 2025 demonstram a capacidade da Teia de Criadores de atuar como infraestrutura de comunicação para causas públicas, articulando criadores, artistas, movimentos sociais e produção audiovisual. Ao ocupar simultaneamente as ruas, as redes e os espaços de produção cultural, a organização contribui para ampliar o alcance de debates fundamentais para a vida democrática brasileira.



Mini-chamados

Ao longo de 2025, além das campanhas de maior duração, a Teia de Criadores realizou mini-chamados estratégicos para responder de forma ágil a acontecimentos políticos, datas simbólicas e disputas emergentes no debate público. Esses mini-chamados cumprem um papel fundamental na atuação da Teia: permitem intervir rapidamente no fluxo das redes e da agenda pública, qualificar debates em momentos-chave e fortalecer narrativas comprometidas com direitos, justiça social e participação democrática.

Ao produzir materiais objetivos e atuar em rede, os mini-chamados ampliam a capacidade de incidência da organização sem perder profundidade política, conectando acontecimentos imediatos a processos estruturais de longo prazo.



Ministra Negra no STF

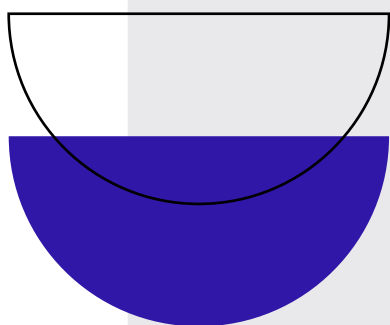
Em outubro de 2025, a Teia de Criadores integrou a mobilização nacional pela indicação de uma Ministra Negra ao Supremo Tribunal Federal, agenda originalmente construída e liderada pela organização Mulheres Negras Decidem. A atuação da Teia ocorreu de forma articulada com outras organizações da sociedade civil, com o objetivo de pressionar os poderes públicos pela nomeação de uma mulher negra para a vaga aberta no STF após a aposentadoria do ministro Luís Roberto Barroso.



A mobilização partiu do reconhecimento de uma distorção histórica na composição do Supremo Tribunal Federal. Em mais de 130 anos de existência da Corte, nenhuma mulher negra ocupou uma cadeira no STF, apesar de o Brasil ser um país majoritariamente negro e profundamente marcado por desigualdades raciais estruturais. A ausência de mulheres negras no mais alto tribunal do país evidencia limites concretos da democracia brasileira e impacta diretamente a forma como temas como racismo, desigualdade, violência de Estado e direitos fundamentais são interpretados e julgados.

Para a Teia de Criadores, essa é uma agenda central porque comunicação democrática também significa disputar quem ocupa os espaços de poder e quais experiências de vida informam as decisões institucionais. A presença de uma mulher negra no STF não se resume à representatividade simbólica, mas diz respeito à ampliação da legitimidade democrática do Judiciário, ao fortalecimento da justiça racial e à possibilidade de decisões mais conectadas à realidade social da maioria da população brasileira.

As produções realizadas pela Teia incluíram vídeos, cards e conteúdos analíticos que abordaram a ausência histórica de mulheres negras na Suprema Corte, o papel do STF na mediação de conflitos estruturais e a relação direta entre justiça racial, democracia e Estado de Direito. Os conteúdos também dialogaram com análises de jornalistas e especialistas contribuindo para qualificar o debate público e afastá-lo de leituras superficiais ou moralizantes.



COMPARTILH

essas boas indicações técnicas para chegarmos até o presidente Lula!



ADRIANA

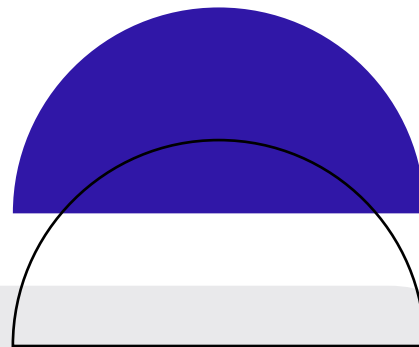
A INDICAÇÃO DE LULA PARA O STF PRECISA SER TÉCNICA E SEM MILITÂNCIAS!

Confira os melhores nomes para a posição.



No perfil da Teia de Criadores, os conteúdos relacionados à mobilização somaram 640.440 visualizações e 40.185 interações, evidenciando o forte engajamento da audiência com a pauta e a capacidade da comunicação digital de ampliar o alcance de agendas estratégicas para a democracia. O mini-chamado reforçou o entendimento de que um Supremo Tribunal Federal sem mulheres negras permanece incompleto e distante da sociedade que deveria representar, e que a disputa por esses espaços é parte fundamental da construção de um país mais justo e democrático.

Privatização da Copasa



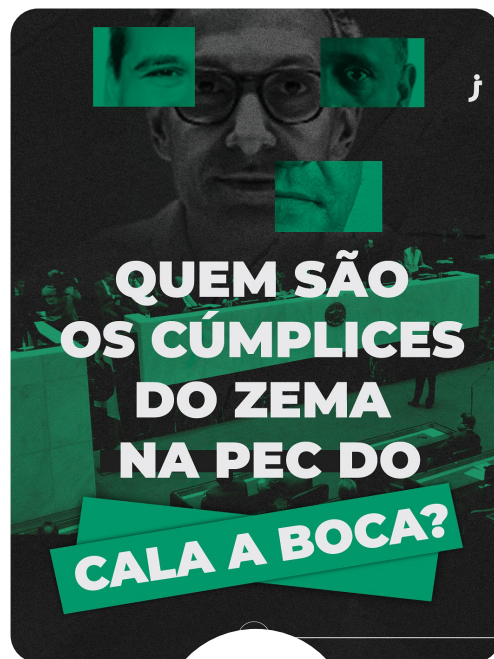
Entre outubro e dezembro de 2025, a Teia de Criadores atuou na mobilização contra a tentativa de privatização da Companhia de Saneamento de Minas Gerais (Copasa), com foco na defesa do plebiscito popular como instrumento democrático essencial para decidir sobre o futuro de um bem público estratégico. A estratégia de comunicação combinou pressão institucional, explicação didática dos impactos da privatização e comparações com experiências semelhantes em outros estados, especialmente São Paulo.

As produções buscaram evidenciar os riscos associados à desestatização do saneamento, tomando como referência o processo de privatização da Sabesp. Os conteúdos destacaram o aumento de tarifas autorizado após a privatização, o crescimento de reclamações por falta de água e a elevação dos lucros da empresa, apontando como esses elementos tendem a aprofundar desigualdades no acesso a um serviço essencial. Essa comparação foi central para demonstrar que a privatização da Copasa poderia gerar efeitos semelhantes em Minas Gerais, especialmente nos territórios periféricos e menos rentáveis.

No campo da opinião pública, a mobilização dialogou com pesquisas que indicam ampla rejeição da população mineira à privatização da Copasa sem consulta popular. Levantamentos realizados no período apontaram que a maioria da sociedade mineira se posiciona contra a venda da companhia, reforçando a centralidade do plebiscito como mecanismo legítimo de decisão coletiva sobre políticas estruturais.

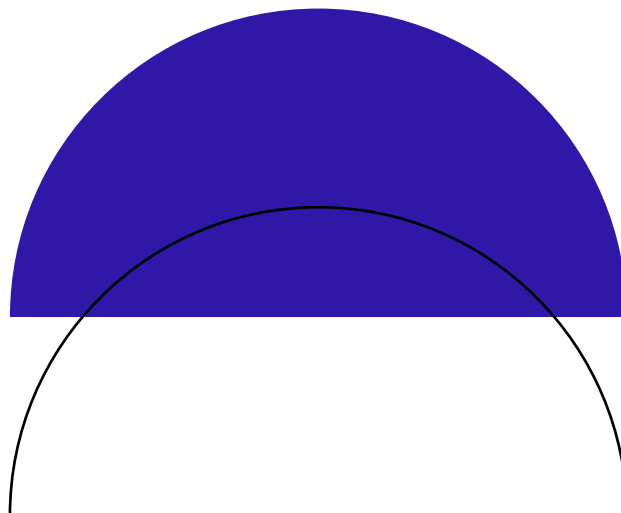


A atuação digital da Teia se materializou em uma série de conteúdos informativos e de incidência direta, que pressionaram o Legislativo estadual e expuseram os atores políticos envolvidos no processo. Entre os destaques estão os conteúdos “Zema quer calar a sua boca”, “Conheça os deputados do cala a boca”, e “O que Minas pode aprender com a privatização da Sabesp”. Somados, os conteúdos alcançaram 158.414 visualizações e 9.508 interações, evidenciando a capacidade da comunicação digital de manter a pauta em circulação e gerar engajamento qualificado em torno do tema.



Apesar da mobilização social, da resistência expressa pela maioria da população mineira e do intenso debate público, a Assembleia Legislativa de Minas Gerais aprovou o projeto que autoriza a privatização da Copasa. Diante desse cenário, a atuação da Teia reafirmou seu compromisso com a defesa dos bens comuns, do interesse público e da participação social, compreendendo a comunicação estratégica como ferramenta fundamental para tensionar retrocessos e seguir disputando narrativas e caminhos políticos antes que os impactos da privatização se consolidem de forma irreversível.





Encontros

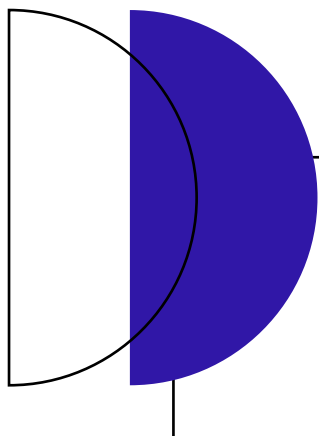
Ao longo de 2025, a Teia de Criadores aprofundou sua atuação institucional por meio da participação em encontros estratégicos, nacionais e internacionais. Esses espaços foram fundamentais para ampliar redes, qualificar práticas de comunicação e incidência e consolidar o amadurecimento da organização em seu segundo ano de existência.



Novos criadores



Em março, realizamos em Belo Horizonte o encontro de chegada de novos criadores ao ecossistema da Teia de Criadores. Com a entrada de novos perfis, a organização passou a reunir 21 criadores ativos, ampliando de forma estratégica a diversidade de narrativas, territórios, linguagens e audiências que compõem a rede.



Passaram a integrar o ecossistema Fernanda Teixeira (@chernopreta), Bia Nogueira (@bianogueiraoficial), Lorryne Batista (@conectacabana), Fersi e Carlos Augusto (@podmadres), Monge (@monge73_), Rodrigo Hazeite (@hazeite), Lucas Oliver (@lucasolivergeografia), Malu Tamietti (@malutamietti) e Thiago Daniel (PodÔnibus).



A incorporação desses criadores respondeu a uma lógica de fortalecimento da pluralidade comunicacional da Teia, considerando diferentes territórios de atuação, formatos de conteúdo, públicos alcançados e repertórios políticos e culturais.

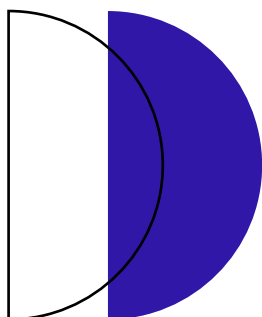
O encontro marcou um momento importante de consolidação institucional do ecossistema, dedicado à apresentação da Teia, ao alinhamento de valores e à construção coletiva de expectativas sobre a atuação em rede. A chegada dos novos criadores reforçou o compromisso da organização com uma comunicação democrática, colaborativa e enraizada nas realidades locais, ampliando a capacidade da Teia de disputar narrativas no debate público a partir de múltiplas vozes e experiências.

Prismas

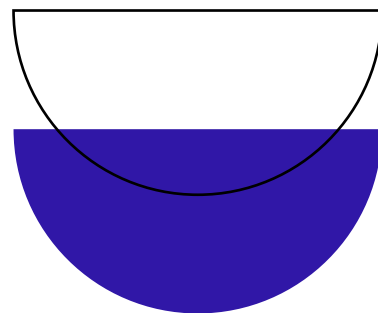
Ainda em março, a Teia participou do Prismas, iniciativa promovida pelo Instituto Cultura, Comunicação e Incidência (ICCI), no Rio de Janeiro, com a presença de Mariana Evaristo e Zotha. O encontro reuniu organizações e comunicadores para refletir sobre cultura, comunicação e a incidência política.



A partir desse diálogo, Teia e ICCI consolidaram uma parceria estratégica que resultou na disposição de recursos para a realização da campanha “Seu Dinheiro de Volta”, fortalecendo a atuação conjunta na defesa da justiça tributária e da ampliação de direitos.



2ª Conferência Nacional de Advocacy

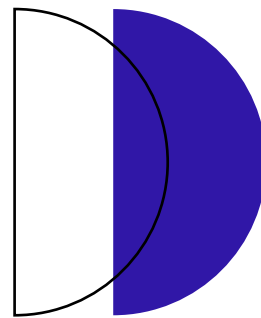


Em julho, Mariana Evaristo representou a Teia de Criadores na 2ª Conferência Nacional de Advocacy, realizada em São Paulo pela Advocacy Hub, organização dedicada ao fortalecimento do campo do advocacy no Brasil. O encontro reuniu organizações da sociedade civil de diferentes áreas para debater estratégias de incidência política, participação social e fortalecimento democrático, contribuindo para o aprimoramento das práticas institucionais da Teia e para o intercâmbio de metodologias de atuação.



5 anos

de Sleeping Giants Brasil



No mesmo período, Zotha e Mariana participaram do evento de celebração dos cinco anos do Sleeping Giants Brasil, realizado em São Paulo. A presença reafirmou uma parceria estratégica construída ao longo dos últimos anos no enfrentamento à desinformação e na promoção de ambientes digitais mais responsáveis.

Durante a programação, Zotha também atuou como mediador de uma mesa de debate que reuniu vozes relevantes do campo da comunicação e da responsabilidade nas plataformas digitais. Participaram da conversa Mayara Stelle, Daniela Silva, Juliana Wallauer e Tatiana Dias, em um diálogo sobre os desafios contemporâneos do ecossistema informacional, a disputa de narrativas nas redes e o papel da sociedade civil no enfrentamento à desinformação.

A participação no evento e na mediação da mesa reforçou a inserção da Teia de Criadores em redes nacionais que atuam pela integridade da informação e pela defesa de um ambiente digital mais democrático, ampliando alianças estratégicas para ações futuras.

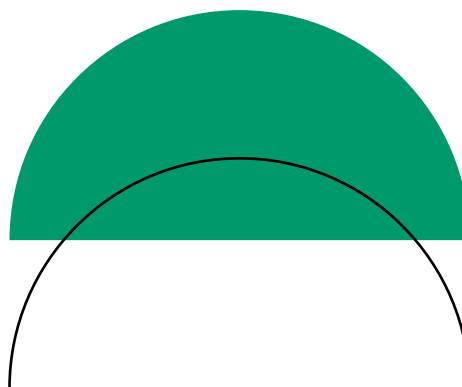
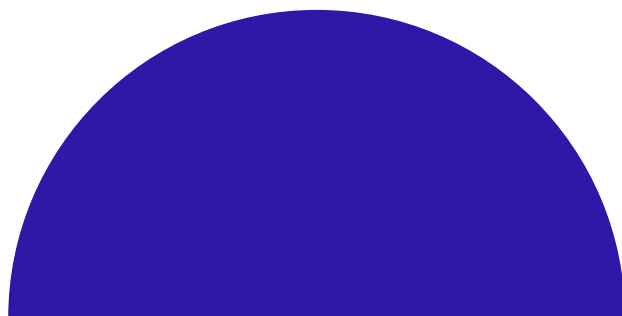


A mesa destacou como iniciativas de monitoramento, pressão pública e produção de narrativas comprometidas com o interesse público têm sido fundamentais para responsabilizar plataformas, pressionar marcas e ampliar a consciência pública sobre os impactos da desinformação.

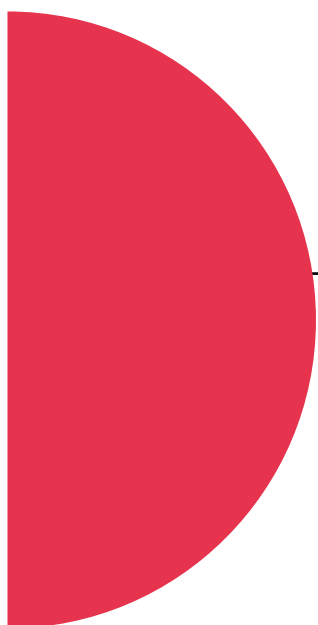
Confluência Latam

20 25

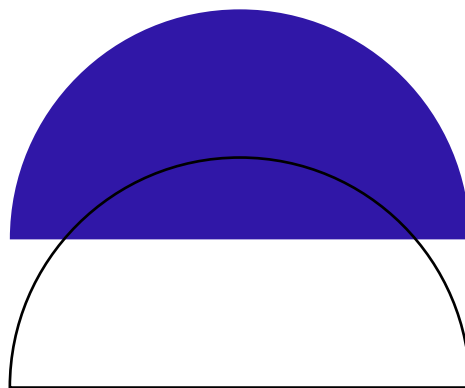
Poder Narrativo Latino-Americano



Em outubro, Zotha representou a Teia de Criadores na Confluência Latam 2025 – Poder Narrativo Latino-Americano, encontro promovido pelas iniciativas Puentes e Toriba, realizado no Rio de Janeiro. O evento reuniu organizações, coletivos e lideranças da América Latina para debater o papel estratégico das narrativas na disputa política, cultural e social do continente. A participação da Teia reforçou sua inserção em redes latino-americanas comprometidas com a defesa dos direitos humanos e da democracia, além de contribuir para o intercâmbio de experiências sobre comunicação, incidência política e construção de narrativas enraizadas nos territórios.



Convergência dos Movimentos Sociais Sul-Sul



Entre outubro e novembro, Mariana Evaristo representou a Teia de Criadores na Convergência dos Movimentos Sociais Sul-Sul, realizada na África do Sul. A participação marcou um momento simbólico e político de atravessamento internacional da organização, possibilitando o contato direto com experiências do Sul Global voltadas à defesa da cultura democrática, da justiça social e da comunicação como ferramenta de transformação.



O encontro ampliou o repertório institucional da Teia e fortaleceu conexões estratégicas internacionais.



2 anos de Teia

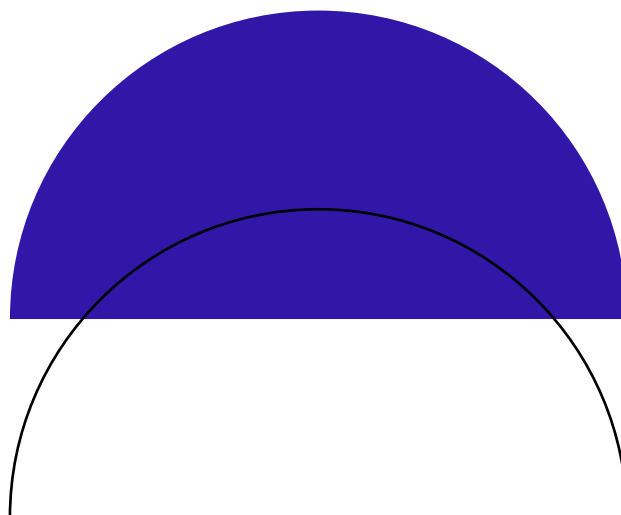
Em dezembro, a Teia de Criadores celebrou, no Espaço Yanã, em Belo Horizonte, seus dois anos de existência. O encontro reuniu criadores e criadoras do ecossistema, representantes de organizações da sociedade civil, jornalistas e lideranças de Minas Gerais, em um momento de pausa, celebração e projeção coletiva do que foi construído ao longo de 2025.

O encontro contou com a presença de Áurea Carolina, ex-vereadora e ex-deputada federal, e de Macaé Evaristo, Ministra dos Direitos Humanos e da Cidadania, que destacaram a centralidade da comunicação como ferramenta de transformação social, disputa de sentidos e fortalecimento da democracia. A participação dessas lideranças reafirmou o reconhecimento público do papel que a Teia vem desempenhando no ecossistema democrático mineiro e nacional.

A celebração marcou um balanço simbólico e político do percurso da Teia, reconhecendo o trabalho cotidiano de quem sustenta a organização na prática, desde a produção de conteúdos e campanhas até os processos de articulação, cuidado e formação que dão corpo ao ecossistema.

Mais do que uma comemoração, a celebração dos dois anos foi um gesto político de afirmação de um projeto coletivo. Em um cenário marcado por disputas intensas no campo da comunicação e da democracia, o encontro reafirmou o compromisso da Teia com a construção de narrativas enraizadas nos territórios, com o fortalecimento das vozes populares e com a responsabilidade de seguir atuando em 2026, um ano decisivo para o futuro político do país.





A Teia de 2025 em números

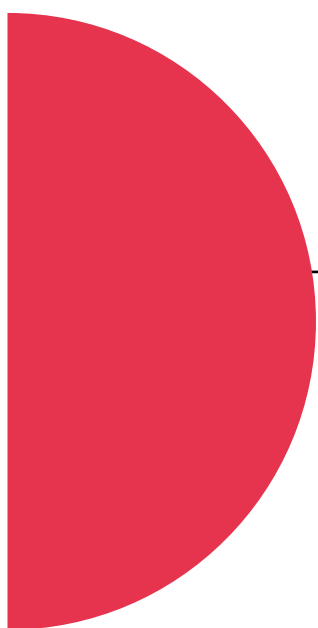
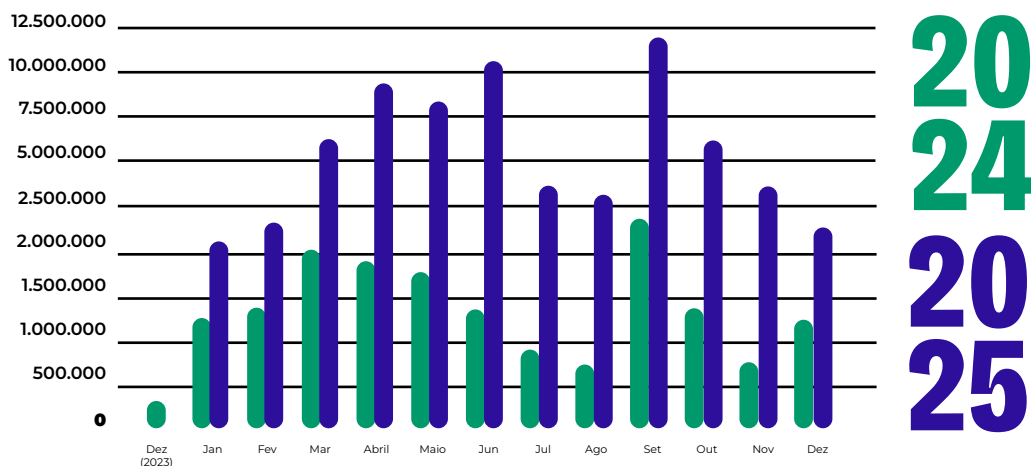


Gráfico de crescimento

mês a mês

Visualizações



Visualizações

63,7

milhões em 2025

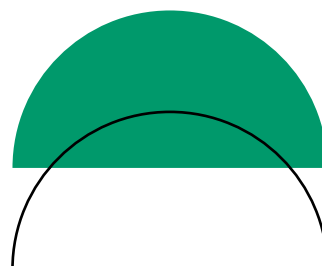
Engajamento

5,2

milhões em 2025

Total de campanhas
ações, mini chamados, encontros

17 em
2025



Quantas pessoas passaram pela Teia e ocuparam o espaço?

Cerca de 500 pessoas ocuparam a sede em 2025, entre equipe, parceiros e criadores de conteúdo.

Total de conteúdos publicados

986

publicações originais

Entre 2024 e 2025, o ecossistema de criadores da Teia de Criadores saltou de **2.187.318 para 3.319.854** seguidores nas redes sociais.

Ao todo, foram 1.132.536 novos seguidores conquistados em um ano, ampliando o alcance e a capacidade de incidência digital dos criadores que integram a rede.

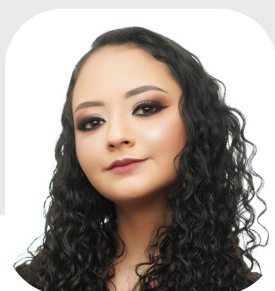
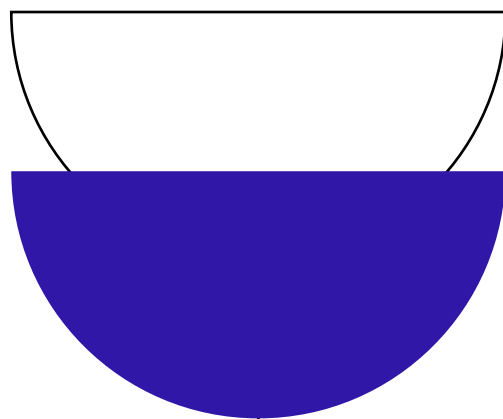
Relatório audiovisual



Laura



Quando a gente
se junta, viramos
MULTIDÃO



Equipe da teia



Av. Afonso Pena, 748, salas 2302 a 2304 - Centro, Belo Horizonte
diretoria@teiadecriadores.com