

DIGITALIZAÇÃO DA TV ABERTA EM RECIFE E REGIÃO METROPOLITANA:

**UMA EXPERIÊNCIA NO
FORTALECIMENTO DAS
RELAÇÕES HUMANAS NO
PROCESSO DE DIGITALIZAÇÃO.**

Uma experiência
de abril a agosto
2017



Em um ciclo positivo, os meios de comunicação podem ser ferramentas para a garantia de diversos direitos, como o direito à educação, saúde, cultura, lazer, participação política, território, vida. Assim a comunicação, além de efetiva, intensa e diversa, poderá ser também libertadora.

Helena Martins - Jornalista.



Imersos no movimento internacional da digitalização da TV aberta, o Brasil mergulha nesse universo e faz seu caminhar, técnico e humano, no desafio de digitalizar todo o território nacional, com foco na missão institucional de 'não deixar ninguém para trás'. A inclusão social no mundo digital surge como uma ação positiva de incluir a população em situação de maior vulnerabilidade social: os beneficiários dos programas sociais do governo federal, ao garantir a distribuição de mais de 580 mil kits conversores gratuitamente.

Ademais de auxiliar de maneira educativa a instalação do equipamento, seja no treinamento no ato do recebimento, nas ações comunitárias, ou nas orientações pelos meios de comunicação que tanto se envolveram durante o desenvolvimento do projeto.

Assim sendo, a missão de não deixar ninguém para trás se fez na garantia de dar continuidade ao acesso à informação pelo meio de comunicação ainda mais acessado por todos, em particular pelas populações mais pobres. Nesse mundo digital essa trajetória foi vista com muita atenção dentro de uma política de inclusão social e digital, sem isso não teria sido o sucesso que demonstra ter. Na Região Nordeste essa transformação tecnológica da TV aberta foi inicializada por Recife e sua Região Metropolitana, composta por 14 municípios, a saber: Recife, Paulista, Olinda, Jaboatão dos Guararapes, Cabo de Santo Agostinho, São Lourenço da Mata, Moreno, Camaragibe, Ipojuca, Ilha de Itamaracá, Itapissuma, Araçoiaba, Abreu e Lima e Igarassu.

Todo o trabalho ocorreu no período de abril - agosto 2017, desde a estruturação dos trabalhos, até a data histórica do desligamento do sinal analógico em 26 de julho de 2017, bem como o acompanhamento posterior de 45 dias pós-desligamento. Recife foi a primeira capital do Nordeste a ser digitalizada, com mais de 3,5 milhões de pessoas impactadas em toda RMR (Região Metropolitana do Recife). O trabalho na região originou o maior índice de adesão à digitalização até a data do desligamento, 92%.

Nesse conjunto foram: 38,5 mil alunos de escolas públicas municipais sensibilizados, mais de 120 igrejas entre evangélicas e católicas envolvidas, mais de 22 mil instalações realizadas, em mais de 110 mutirões de instalações, 1.178 voluntários que dedicam 4.712 horas de trabalho, 12 Feirões Digitais que venderam a preço e condições acessíveis antenas, TV e conectores para a população, 84 profissionais catadores capacitados em gerenciamento do lixo eletrônico, recondicionamento de TVs e metarreciclagem. Foram cinco TVs sorteadas na instalação premiada e mais dois cartões no valor de 6 mil reais, cada.

Sem dúvida, os desafios foram muitos. Contudo, graças a um verdadeiro exército composto de parceiros multifacetados desde governos, sociedade civil organizada, fornecedores, radiodifusão, entre outros, todos se fizeram atuantes, o que transformou esse projeto em um verdadeiro sucesso: Recife agora é 100% digital! A todos os parceiros nessa jornada nossos sinceros agradecimentos.

1

PROGRAMA DE DISTRIBUIÇÃO DOS KITS CONVERSORES. UM DIREITO INSTITUIDO:

Para a equipe de mobilização social da cidade do Recife havia um norteador claro: a humanização das relações dentro de uma Visão Holística durante todo o trabalho. Transformamos isso numa marca. Deveríamos ir além, sobretudo, com foco nas comunidades, de forma singular, no respeito as suas nuances e singularidades. Enfatizou-se assim a importância de humanizar o processo de digitalização da TV aberta como meio de fortalecer as relações humanas na RMR.

Tudo isso com vistas à garantia de direitos, seja da comunicação de uma maneira mais ampla, como da continuidade do direito ao acesso a informação via TV aberta:

*A Convenção Americana de Direitos Humanos, conhecida como Pacto de San José da Costa Rica, declara que “toda pessoa tem o direito à liberdade de pensamento e de expressão. Esse direito inclui a liberdade de procurar, receber e difundir informações e ideias de qualquer natureza, sem considerações de fronteiras, verbalmente ou por escrito, ou em forma impressa ou artística, ou por qualquer meio de sua escolha” (Organização dos Estados Americanos, 1969, Art. 13).**

Sendo assim, a diretiva foi garantir a inclusão digital via continuidade do acesso à informação e ao entretenimento através do meio de comunicação que mais tem influência na vida da população brasileira, a TV, com vistas à missão de ‘não deixar ninguém para trás’. Toda a campanha esteve focada em passar a mensagem de que o usuário de programas sociais do governo federal é um sujeito de direito, e, portanto, tinha direito ao recebimento do kit conversor digital e era chamado para ser partícipe desse momento histórico da TV brasileira.

A TV tem um papel ativo no meio familiar; é um forte meio de informação e entretenimento para as classes populares, para muitos o único possível. Seja pelas condições comunitárias, destituídas de espaços públicos de entretenimento familiar. Seja por limitações físicas e/ou financeiras. Sendo assim, a metáfora de que a ‘TV é a janela para o mundo’ é uma verdade quando permite que a população se conecte com outras realidades e ao mesmo tempo crie empatia ao se reconhecer nas situações do cotidiano. Sendo assim, possibilitar a continuidade do acesso a TV como meio de entretenimento e informação é tornar o processo histórico da TV como inclusiva e participativa do ponto de vista das populações em situação de maior vulnerabilidade social.

*http://www.intervozes.org.br/direitoacomunicacao/?page_id=28545

1.1.1 ARTICULAÇÃO

1.1 PONTO DE PARTIDA

Com vistas a “não deixar ninguém para trás” e assim garantir a mobilização social de mais de 600 mil pessoas no processo de inclusão digital, tivemos que chamar à mesa aliados importantes, cuja participação foi fundamental para que os resultados fossem alcançados. Para isso, delimitamos fases importantes na articulação inicial com fins a chegar nas comunidades mais analógicas, a saber:

A. GOVERNOS (OU PODER PÚBLICO): o intuito era gerar um trabalho colaborativo e interesse mútuo junto ao garante de direito; as prefeituras dos quatro municípios prioritários foram os primeiros a serem contactados. Com fins de que pudéssemos ter todos os usuários beneficiários do CADÚNICO com uma informação mais rápida e fluida através das Secretarias de Assistência Social, Educação e Saúde.

B. SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA E CENTROS RELIGIOSOS: com fins a dar maior legitimidade, ganhar maior capilaridade das ações e chegar nas populações de classe econômica C2, D e E - com particular ênfase as duas últimas -, sendo essas as mais pobres. Fechamos parcerias com ONG, Organizações comunitárias de base, Igrejas católicas e evangélicas, com principal interesse; as pentecostais e neopentecostais, que possibilitaram que pudéssemos atingir o maior número de famílias no perfil em curto espaço de tempo.

Com vistas a garantir a adesão das ONGs locais, buscamos os conselhos municipais de assistência social e de direitos da criança e do adolescente. ONGs cadastradas no conselho nos possibilitaram ter uma relação mais ampla no processo de sensibilização das comunidades. Tivemos a oportunidade de ter uma pauta na reunião do pleno para apresentar o programa de distribuição na Região Metropolitana Recife, assim distribuimos materiais de comunicação para ser disseminada a informação nas comunidades, sobretudo nas comunidades mais analógicas, contribuindo para expansão da informação. Ademais identificamos organizações que puderam participar do projeto de mobilização nas comunidades de maior relevância para distribuição.

C. IGREJAS: iniciamos a articulação com as igrejas pentecostais de maior influência. Fizemos parceria com a Igreja Universal que nos forneceu a agenda de ação social para toda região metropolitana do Recife, o que representou 110 templos. Tivemos participação nos municípios e ações nos bairros com maior impacto de acordo com o mapa dos bairros mais analógicos das cidades. Em seguida tivemos um café da manhã com 150 líderes de diversas denominações, sendo 100 evangélicas e 50 católicas. Essa parceria foi fundamental para a etapa 3 da ação da EAD: o incentivo às instalações nas comunidades, via parcerias. Esse trabalho ampliou a produtividade e forneceu maior segurança para a equipe de campo, nas comunidades mais perigosas, uma vez que pastores e pastoras mapeavam os domicílios previamente o que deu agilidade no procedimento.

D. RADIODIFUSÃO: a aproximação e fomento da informação junto às emissoras de Televisão, Rádios populares, Rádios comunitárias e jornais foi crucial para expansão rápida da informação. A garantia da informação nos três turnos possibilitou uma ampla cobertura populacional.

Da estruturação do escritório até a data do desligamento foram exatos 101 dias de trabalho. Com o início das atividades de mobilização até o desligamento do sinal analógico da TV aberta no Recife; tivemos exatos 78 dias de intenso trabalho, marcados pela presença em eventos junto a parceiros, prefeituras e emissoras de TV, bem como na produção de nossos próprios eventos.

1.1.2 INTERVENÇÃO

Para cada necessidade, tivemos uma estratégia de atuação: nos municípios com menor número de entregas em relação ao cluster como um todo, fornecemos materiais de comunicação, fizemos formação com os funcionários públicos dos CRAS e Saúde para o atendimento do próprio serviço público e isso surtiu o efeito desejado.

Nos municípios prioritários - Recife, Jaboatão dos Guararapes, Olinda e Paulista - aplicamos todos os projetos institucionais e os projetos especiais (locais), respeitando as quatro etapas fundamentais ao processo: Sensibilizar, Agendar, Distribuir e Instalar, sendo distribuídos da seguinte maneira:



SENSIBILIZAR

- **CARAVANA DA TV DIGITAL NAS ESCOLAS:** iniciamos as atividades em parceria com a agência de eventos no dia 07 de junho, nas vésperas das férias e festividades juninas - forte na região - tivemos exatos 15 dias de ação contínua que ocorreram simultaneamente. A partir de um plano de trabalho firmado com as respectivas Secretarias Municipais de Educação e em consonância com os diretores das escolas do ensino fundamental II. Trabalhamos em 53 escolas, cujo resultado final foi mais de 38,5 mil alunos impactados.

Fizemos esquetes de 15 minutos desenvolvidos no intervalo da escola. A ideia foi propiciar momento de entretenimento com a informação sobre o desligamento do sinal analógico e suas vantagens, e para isso era enfatizado três mensagens centrais: agendar, retirar e instalar para ser ter os benefícios imediatos da TV digital. Ao final, eram distribuídos panfletos para que os alunos pudessem influenciar na tomada de decisão familiar.

- **TRADE - POSITIVAÇÃO DO VAREJO:** A positivação do varejo foi realizada no último mês de ação antes do desligamento do sinal analógico na RMR. Foram 4.014 varejistas visitados em seis municípios: Recife, Olinda, Paulista, Jaboatão dos Guararapes, Cabo de Santo Agostinho e Abreu e Lima.

- **ONDA DIGITAL:** em parceria com a Rede Globo Nordeste, a ação consistia em visitar os municípios da Região Metropolitana do Recife, em lugares públicos de grande visibilidade comunitária, com atuação de 7h. Com fins de informar e incluir no banco de dados da EAD através no site, os usuários com o perfil para que recebessem a informação logo fosse aberta a agenda local. Essa ação ocorreu antes da abertura do agendamento o que permitiu incluir mais de 10 mil usuários na base. No local além da equipe de mobilizadores, havia engenheiros de telecomunicação da emissora, um contador de dias para o encerramento do sinal analógico. Durante o evento havia um expositor da TV analógica e outro Digital com vistas a demonstrar a qualidade de imagem e som. Criava-se assim uma curiosidade e interesse por parte do usuário a participar.

Caravana
da TV Digital
nas Escolas.





SENSIBILIZAR

- **ANIVERSÁRIO DE 10 ANOS DO BALANÇO GERAL:** evento para as classes populares com a TV Record/Clube, no aniversário de 10 anos do programa Balanço Geral no município do Cabo de Santo Agostinho, 5º maior município em prioridade de entrega de kits. Na ocasião foi possível contar com toda a estrutura da emissora para informação e esclarecimentos à população, além da equipe de mobilizadores da EAD.
- **PANFLETAGEM NAS ESCOLAS:** foram realizadas ações nas escolas públicas (dos municípios prioritários) sempre no horário de chegada e saída dos alunos na escola. Horário propício para abordar e conversar com os pais e/ou responsáveis dos alunos. A ação foi coadunada com a Secretaria de Educação e os diretores das escolas localizadas nos bairros prioritários. Na oportunidade era dada informação com orientação sobre como fazer o agendamento, retirada e sobre a necessidade de instalar seu kit o quanto antes.
- **VILA DIGITAL:** ação do corporativo ocorreu com apoio da equipe da Regional Recife para a mobilização das escolas. Tratou-se de um museu itinerante - com a curadoria do Pró-Tv - que expôs a história da TV no Brasil e como ela se desenvolveu com o passar dos anos. Desde a década de 1950 até os dias atuais, com a entrada do mundo digital, abordando inclusive a evolução da qualidade de som e imagem e a interatividade propiciada com o acesso a internet. O objetivo era manter a cobertura ampliada para conscientização sobre o desligamento do sinal analógico de TV. Foram organizadas visitas dirigidas para crianças e adolescentes das escolas públicas que não foram contempladas com a Caravana da TV digital nas escolas. A exposição fora exposta no período de férias escolares no Centro Cultural dos Correios no bairro do Recife, com entrada franca.

Caravana
da TV Digital
nas Escolas.





A ação de agendamento foi ostensiva com ações próprias e em parceria, no intuito de intensificar a abordagem comunitária. O critério foi estar nos municípios prioritários e bairros mais analógicos, segundo o mapeamento realizado pela equipe de pesquisa. Para conhecer as ações, vide abaixo:

- **PDAS:**

Os primeiros 30 dias de intervenção foram marcados pela presença dos mobilizadores/promotores nos Centros de Referência de Assistência Social - CRAS, e central de bolsas famílias dos municípios prioritários, segundo o BOOK (Recife, Paulista, Olinda e Jaboatão dos Guararapes). Essa ação propiciou uma abordagem direta aos beneficiários dos programas do governo federal, por demanda espontânea, em parceria com as prefeituras municipais.

- **AÇÃO SOCIAL DAS PREFEITURAS:**

Participação constante em eventos de ação social dos municípios. Onde levávamos a estrutura de básica para abordagem dos usuários, seja de forma ativa ou passiva. Na primeira, os mobilizadores abordavam os usuários que estavam à espera de outros serviços, com o tablet ou celular para garantir o agendamento, e na forma passiva forneciam informações, agendavam ou cadastravam novos usuários apoiados por uma mesa ou cadeira, reforçando a mensagem sobre a necessidade de retirar e instalar seus kits o mais rápido possível.

- **AÇÃO SOCIAL DA IGREJA UNIVERSAL DO REINO DE DEUS:**

Segundo os dirigentes 80% dos fiéis são populações pobres. Tivemos a oportunidade de dialogar com os pastores de 110 templos da universal. Na oportunidade socializamos materiais de comunicação para exposição para os fiéis. Com isso, foi disponibilizada a agenda integral da igreja em toda região metropolitana do Recife, o que nos proporcionou estarmos presentes com uma estrutura básica (tablet e panfletos) para a ação de informação, orientação, agendamento ou cadastramento. Como forma de incentivar a participação no processo de digitalização, doamos de 10 a 15 kits conversores para sorteio durante os eventos. A depender do tamanho do evento, variávamos a distribuição.

- **MERCADOS PÚBLICOS E TERMINAIS RODOVIÁRIOS:**

Marcamos presença nos espaços de grande circulação de pessoas com o perfil desejado. Na ação havia sempre mobilizadores circulando com mochila pirulito fornecendo informação e distribuindo panfletos, com tablets para fazer o agendamento ou cadastramento, e reforçando sempre a mensagem de retirada e instalação.

Multirões de Agendamento





• EVENTOS POPULARES:

A participação em eventos populares em rua e lugares fechados foram cruciais para abordar públicos diversos. Isto se deu sempre em parceria com emissoras de TV, como, por exemplo: Globo Nordeste - Forrozão no Chevrolet Hall, Estação Brincar, Caminhão Digital. SBT: Forro do Galo e Forro no Shopping RioMar, reunião com líderes comunitários do Recife, com rádios, a exemplo da Rádio Clube, com presença massiva nos Mercados públicos.

• AÇÃO PORTA A PORTA:

A ação ocorreu em duas abordagens distintas: a) participação dos agentes de endemias e comunitários de saúde, onde esses profissionais vestiam o uniforme de voluntários da Seja Digital, tendo sido distribuídos kits para a ação (boné, mochila, squeeze e panfletos). Ao final eles forneciam orientações básicas, com vistas a garantir o agendamento, retirada e instalação dos kits conversores. Para motivá-los nesse trabalho, fizemos um café da manhã, como forma de celebrar o trabalho realizado com o sorteio de kits conversores entre os mesmos.

• MUTIRÕES DE AGENDAMENTO:

Essa ação ocorreu em parceria com as ONGs. Com presença de 1.178 voluntários que dedicam 4.712h de trabalho no total, que consistia em fazer a 'varredura' em suas comunidades. Para que pudessem garantir que todos os beneficiários dos programas sociais nos bairros mais analógicos fizessem seu agendamento. Sempre reforçando a mensagem do agendamento, retirada e instalação do seu kit.



DISTRIBUIR

Objetivou-se ampliar o escopo de entrega dos kits para as populações que ainda não haviam se preparado com ações de abordagem ao público das classes C2, D e, através de sorteios, premiações, doações e do incentivo à compra dos elementos que possibilitassem a digitalização da TV daqueles que estivessem fora do perfil para o recebimento do kit gratuito, como, por exemplo:

1) AÇÃO COM IGREJAS: doação para sorteio nas igrejas, em particular, a Universal, durante as ações sociais realizadas na região metropolitana do Recife, conforme citado na etapa Agendar.

2) PATRULHA DIGITAL: essa ação foi realizada em parceria com a Rede Globo NE e teve objetivos múltiplos: instalar, agendar e distribuir. Neste último item, à medida que o grupo ia adentrando nas comunidades de classe D e E, surgiam pessoas com o perfil, porém sem direito de receber o kit (de acordo com o critério de possuir algum programa social do governo federal). Entretanto, faziam parte dos 25% da população com perfil sem benefícios. Neste caso, em situações específicas de pessoas pertencentes ao quadro de maior vulnerabilidade social, como pessoas idosas e pessoas com algum tipo de deficiência, fazíamos a entrega e instalávamos os kits.

3) ABRIGO DE CRIANÇAS E IDOSOS:

Vários espaços de interesse pública foram digitalizados, propiciando a expansão da digitalização da TV aberta e a permanência assim do acesso à informação.

4) EQUIPAMENTOS SOCIAIS PÚBLICOS:

aos municípios parceiros que se interessara e formalizaram interesse, fizemos a doação de kits conversores com fins a reduzir os gastos públicos e a garantir o acesso à TV aberta nos serviços de repartição pública, a exemplo dos hospitais públicos, creches, escolas etc. No total, distribuimos, a partir de solicitações formais, 1.803 kits conversores.

5) FEIRÃO DIGITAL: em parceria com a Rede Globo e a Rede de Shoppings dos municípios prioritários foram realizados no último mês (julho) 12 feirões digitais com o objetivo de ampliar a cobertura de domicílios preparados para receber o sinal digital e de venda de produtos que possibilitassem a digitalização dos usuários que não tinham direito a receber o kit gratuitamente. Nesse sentido, ampliamos a possibilidade de expansão, como uma rede. A realização dos feirões foi simultânea com a cobertura da imprensa convidando a população a adquirir equipamentos a preços menores do que aqueles comumente disponibilizados ao mercado, sempre reforçando o encurtamento do prazo para a migração definitiva do sinal da TV analógica para a TV digital. Isso possibilitou vender 24.219 itens, desde antenas e receptores a cabos e TVs.



Feirão Digital



Com a velocidade do agendamento e a retirada dos kits, urgente se fazia garantir a sua instalação via parcerias locais. Sendo assim, objetivou-se fechar o ciclo para assegurar a preparação dos domicílios, preparando-os para receber o sinal digital da TV. Com isso as ações foram sendo desenhadas para uma abordagem mais ostensiva, porém cuidadosa, para que as famílias pudessem aproveitar ao máximo e mais rapidamente os benefícios do sinal da vTV DIGITAL.

Dessa maneira, antenistas foram contratados, bem como novos antenistas foram formados para a realização de ações que nos permitissem realizar as instalações nas residências que, por algum motivo, ainda não tinham realizado a instalação dos kits. Toda a ação teve o propósito de fornecer a orientação técnica de maneira didática e muitas vezes operacional, inclusive com estímulos para que a população participasse da Instalação Premiada. Assim, o código de instalação era gerado ao final do atendimento e servia como evidência para o técnico referente ao seu atendimento, além de proporcionar a motivação do público para participar do sorteio.

A decisão pelos territórios de intervenção foi realizada a partir do recebimento do mapa de calor fornecido pela área de pesquisa, no qual era indicado onde se concentrava o fluxo de retirada dos últimos 10 dias. Posteriormente, observou-se que a produtividade de instalação era maior nos 5 primeiros dias. A partir deste instante, começamos a receber os mapas com o maior fluxo de retirada dos kits nos PDRs (Pontos de Distribuição) dos últimos 5 dias, o que ampliava o sucesso da ação.

Nos últimos 15 dias, fomos mais intensos e minuciosos. Após uma reunião com aproximadamente 100 líderes comunitários da cidade do Recife, fechou-se uma agenda com os líderes comunitários e religiosos dos principais municípios com maior número de entrega. Ampliamos assim nossa capacidade operativa. Os líderes nos guiavam com o mapeamento pré-estabelecido da demanda local, o que nos permitiu uma produtividade elevada de instalação. A seguir, uma descrição das principais atividades nesse quesito.





CARAVANA DA TV DIGITAL NOS BAIRROS

Aos 35 dias da data prevista para o desligamento do sinal analógico, começamos a operar com a 'Caravana da TV Digital', de maneira personalizada, marcando presença nos bairros mais analógicos. Dessa forma, tínhamos três promotores para não perder a oportunidade de agendar, tirar dúvida e/ou cadastrar para ampliação da adesão. O foco, sobretudo, foi a instalação. Nesse caso, tínhamos um grupo de 15 antenistas junto com o supervisor que garantia as instalações, por ação. A meta por profissional era de oito instalações/dia. Meta essa estabelecida após consulta ao técnico do SENAI/Santo Amaro - PE.

Enquanto os antenistas faziam a ação 'porta a porta' ofertando os serviços de instalação do kit conversor gratuito, eram realizadas outras ações no território elegido, como: animação de crianças, distribuição de lanches, bolas, escultores de bexiga, malabares, uma bandinha (com músicos) e mobilizadores que realizavam orientações e agendavam ou cadastravam, e orientavam para a retirada e instalação do kit, além de um carro de som com um spot anunciando a presença da Seja Digital no local.

BLITZ DE INSTALAÇÃO

Buscou-se ampliar a cobertura em diversos pontos da cidade. E para tal, incluímos a criação da 'blitz da instalação' que consistia em ter 15 antenistas e três promotores/as que paravam na comunidade, previamente mapeada, com a devida articulação com os líderes comunitários ou religiosos, ou CRAS que nos auxiliassem na identificação dos domicílios com maior praticidade e segurança, além de ampliar a produtividade das instalações.

A mecânica era manter um ponto fixo numa comunidade como referência, onde se tinha um/a promotor/a/mobilizador/a que recebia o usuário para dar informação, realizar agendamento, cadastramento ou absorver a demanda para realizar a instalação. Os usuários eram atraídos por um carro de som, que informava - via spot - a presença da Seja Digital. Essa ação visava não apenas chamar a população, mas também gerar maior segurança para caminhar nas comunidades, tendo em vista que muitas vezes estávamos em comunidades perigosas. Essa estratégia garantia a abertura dos domicílios com segurança e avisava em claro e bom som qual era o propósito daquelas 'pessoas estranhas' à localidade.

A ação da Caravana e a Blitz de Instalação, somaram: 10.433 instalações.

FORMAÇÃO DE NOVOS ANTENISTAS

Em parceria triangulada entre a ONG Visão Mundial (mais 10 organizações comunitárias de base) e o SENAI, realizou-se a formação de 228 novos antenistas. A operação ocorreu da seguinte maneira: A ONG Visão Mundial em parceria com organizações comunitárias de base/Igrejas escolhiam 30 jovens/adultos por organização. Assegurou-se com os parceiros a seleção, o monitoramento da evolução dos alunos e a organização dos mutirões que ocorriam com a vivência prática do curso, e as instalações do mutirão da contribuição social.

A meta inicial foi formar 300 alunos. Porém, durante o processo, houve 24% de evasão. Os alunos foram selecionados a partir das 10 comunidades mais analógicas, distribuídas entre os quatro municípios prioritários do cluster. Foram considerados jovens/adultos a partir de 18 anos de idade. Cada um e cada uma tinha uma meta de 7 instalações gratuitas na comunidade (contribuição social), uma contrapartida por ter recebido o curso gratuitamente, mais 8 instalações durante a aula vivencial do curso nas próprias comunidades. Em suma, o total para cada um foi de 15 instalações. Os profissionais recém-formados que tiveram disponibilidade e interesse foram incorporados no grupo da blitz ou caravana digital para realizar instalações, agora de forma remunerada, por diária.

Esta ação proporcionou um total de 4.972 instalações. Sendo realizada, uma média de 21 instalações por aluno, acima da meta estabelecida.





PATRULHA DIGITAL

Trata-se de um projeto realizado em parceria triangulada entre Rede Globo, SENAI e Seja Digital. Consistiu em 26 ações com aproximadamente 260 alunos (rotativo) das áreas técnicas do SENAI, envolvidos numa ação sócio-educativa nas comunidades. Nele foram realizadas orientações técnicas de como fazer a instalação do kit conversor. O detalhe é que os alunos só podiam fazer essa ação da parte interna às residências, pois, por serem adolescentes, não podiam fazer a instalação das antenas, por conta do risco associado de queda, entre outros.

Essa ação foi customizada em Recife. Em cada ação do Patrulha Digital tínhamos três mobilizadores/promotores para prestar esclarecimentos/informações, agendamentos, ou novos cadastros, não perdendo assim a oportunidade de ampliar a adesão por parte das comunidades, além de se ter incorporado na equipe seis antenistas experientes para garantir as instalações nas comunidades. Enquanto os alunos do SENAI iam realizar as conexões internas entre a TV e o conector/conversor, os técnicos realizavam a instalação das antenas. Por ser uma ação televisionada, ampliava a ação educativa para milhares de telespectadores.

Essa ação rendeu um total de 1.116 instalações.

EMPRESA DE INSTALAÇÃO

Através da ONG Visão Mundial, realizou-se a contratação de uma empresa de instalação, cujo objetivo principal era a cobertura de outras áreas prioritárias para expandir as instalações dos kits conversores. Essa ação foi coadunada com a inserção de anúncios nos meios de comunicação, além de ter produzido folhetos com um número telefônico, titulado de central de instalação. Os usuários recebiam os folhetos no ato de retirada dos seus kits conversores nos PDRs próprios da Seja Digital. O usuário ligava para a central e agendava sua instalação gratuitamente. Essa ação foi garantida para os 4.500 primeiros usuários que ligassem.

A ação foi considerada importante para a cobertura ampliada das instalações. Todos os profissionais utilizaram o fardamento da Seja Digital, de modo a garantir sua entrada nas comunidades e o sucesso da ação.

Esta superou a meta com 6.224 instalações.

2

SUSTENTA- BILIDADE E MEIO AMBIENTE

Com a preocupação crescente em contribuir com a sustentabilidade ambiental, tentou-se viabilizar que todo o processo de digitalização da TV aberta fosse o mais seguro para todos e todas. Assim, buscou-se enfatizar mensagens sobre o descarte correto das TV antigas - sobretudo, o descarte indevido das TVs de tubo - através de mensagens positivas nos meios de comunicação. Na composição da TV de tubo há metais pesados que podem contaminar o meio ambiente e prejudicar fortemente a saúde de quem tiver contato com os agentes contaminantes.

Sob esse cuidado, desenvolveu-se o projeto Catador Digital em parceria com a Prefeitura de Jaboatão dos Guararapes e sua secretaria de Assistência Social, com o programa de coleta seletiva da cidade e com a ONG Ideação, cujo especialidade é o condicionamento de TVs e a inclusão social envolvendo jovens das comunidades carentes.

Sob o conceito da economia circular, o escopo do projeto consistiu em realizar a formação de 84 profissionais catadores. Destes, 25 seriam multiplicadores nas cooperativas, com mentoria direta da ONG Ideação. O foco foi reduzir o impacto ambiental e incrementar a renda dos profissionais catadores, contribuindo assim com o programa de coleta seletiva da cidade.

A formação foi preparada com uma linguagem simples em uma metodologia inclusiva, tendo em vista que muitos dos profissionais possuem baixa escolaridade. As oficinas versaram sobre: a) Metarreciclagem, a criação artefatos com temática livre, utilizando resíduos sucatas de materiais eletrônicos. b) Gerenciamento de Resíduos de Equipamentos Eletroeletrônicos: riscos, aspectos legais e operacionais; foram realizados exercícios de simulação de construção de modelo de projeto de sistema de logística reversa de REEE, descarte, coleta, triagem, manutenção ou reparo; e c) Recondicionamento de TVs, com fins a reciclar e identificar os principais componentes de uma TV e suas funcionalidades, de modo a realizar manutenção preventiva e corretiva de tais equipamentos.

QUADRO RESUMO COM AS PRINCIPAIS AÇÕES E RESULTADOS:

AÇÃO	RESULTADO
Caravana da TV digital nas Escolas	53 escolas municipais participantes com impacto em 38 mil alunos das escolas
Caravana da TV digital nos Bairros	43 bairros, mais de 63 mil pessoas impactadas..
Blitz de Instalação	228 novos antenistas formados para o mercado local.
Antenistas envolvidos	146 profissionais envolvidos durante todo o trabalho.
Igrejas	Mais de 20 igrejas envolvidas diretamente nos mutirões de instalações. 110 igrejas envolvidas em todo processo.
Lideranças comunitárias	42 lideranças comunitárias envolvidas nas ações comunitárias.
Voluntários	1.178 voluntários doaram no total 4,712 horas de trabalho.
Agentes de Saúde e endemias	628 profissionais envolvidos com mais de 160 mil domicílios impactados.
TRADE	4.014 positavações do varejo em 6 municípios.
TRADE	12 Feirões Digitais com 24.219 itens vendidos entre TVs, conectores e antenas.
PDA's nos CRAS	40 CRAS com mais de 10 mil usuários abordados.

AGRADECIMENTOS GERAIS

O processo de digitalização da TV aberta na Grande Recife só foi possível no tempo previsto, graças a adesão incrível por parte da rede local. Caso contrário, não teríamos alcançado o feito maior que foi realizar a transição no prazo.

Essa rede foi crucial no desenvolvimento dos trabalhos, tendo sido composta de: conselhos municipais de assistência social, de direito da criança e do adolescente, Igrejas católicas e evangélicas, escolas públicas, organizações comunitárias de base, agências de eventos, emissoras de tv e rádios - meio ainda muito eficiente de mobilização -, jornais impressos, SENAI, ONGs, voluntários, todas as prefeituras municipais da RMR. É importante citar a parceria interna, desde o setor de compras, jurídico, PMO, comunicação, financeiro, logística e Cluster São Paulo, entre outros, que foram solícitos no desenvolvimento do trabalho. Não esquecendo da gerência regional, que tanto viabilizou e intermediou para que todo o trabalho ocorresse de acordo com as necessidades locais. E por último, e não menos importante no processo, meus agradecimentos a toda a equipe de mobilização do Cluster Recife, que tanto se envolveu e fez acontecer no projeto.

Graças a esse grande time, o processo de digitalização no Recife foi um sucesso, sendo a primeira capital do Nordeste a digitalizar com o maior índice até então de 92%. Um indicador de muito suor e dedicação.

**A todos vocês, meus sinceros agradecimentos:
Recife agora é 100% digital!**





EQUIPE DE MOBILIZADORES

Aline Fernandes
Luís Otavio Machado
Rafaela Pontes
Tarcísio Silva

TRADE

Vanusia Leite

AUXILIAR ADMINISTRATIVO

Maria Lisonete de Lima Costa

GERENCIA REGIONAL DO CLUSTER

Neilza A. Buarque Costa

Seja:Digital

EAD - Criada conforme determinação da ANATEL

Para dúvidas,
entrar em contato com:

comunicação @sejadigital.com.br

Paula Aguiar
(11) 4506 4363

Camila Santos
(11) 4506 4356