

Seja :Digital

Processo de digitalização
do Regional Natal

Dezembro 2017 a Junho 2018





Uma construção coletiva para digitalizar a população de forma humanizada, fortalecendo comunidades, garantindo o direito à comunicação e deixando um legado para a cidade.

EQUIPE

Seja Digital – Regional Natal

Marcello Marques Espirito Santo – Gerente Regional
Jenair Alves da Silva – Coordenador de Mobilização Social
Shirlenne Nascimento dos Santos – Coordenadora de Atendimento a População
Tassia Seabra Consulim – Coordenadora de Eventos
Norberto Lopes Teixeira – Coordenador de Trade Marketing/Instalação

Organizações que atuaram nas atividades do Regional Natal

Núcleo de Desenvolvimento Social – NDS
Crion
Movimento Cultural Nossos Valores
Associação para o Desenvolvimento de Iniciativas de Cidadania – ADIC
Lar Fabiano de Cristo
Casa do Bem
Fé e Alegria
Federação dos Conselhos Comunitários e Entidades Beneficentes – FECEB
SENAI/RN

Registro de Foto e Vídeo

Gustavo Fillipe Guedes de Melo – Ilha Deserta

Escritório local

Cubo Hub – Av. Engenheiro Roberto Freire, 1962 | Loja 26/27
Capim Macio | Natal – RN



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	5
AGRADECIMENTO	6
O REGIONAL NATAL	8
NOSSA ESTRATÉGIA	9
PARCEIROS QUE FIZERAM ACONTECER	15
SENSIBILIZAR	19
AGENDAR	26
DISTRIBUIR.	30
INSTALAR	33
NATAL FACTS	36

INTRODUÇÃO

O Brasil e o mundo estão passando por um grande processo de evolução tecnológica nas telecomunicações com a implantação do sinal digital de televisão. Realizar a transição do sinal analógico para o digital não é uma tarefa trivial e apresenta inúmeros desafios. Todos esses desafios passam pela sensibilização de pessoas de diferentes perfis e necessidades. Devido a condições de vulnerabilidade social de grandes setores de nossa sociedade, todo o processo requer um cuidado especial e é pautado em garantir o acesso de todos a essa nova tecnologia e ao direito a comunicação.

Com isso em mente, iniciamos os trabalhos em dezembro de 2017. Foram 6 meses de intenso trabalho, desde os primeiros meses de estruturação, diagnóstico, planejamento, até a intensificação das ações na reta final. Construímos uma equipe diversificada, com grande experiência, motivada e comprometida não só com o objetivo de digitalizar toda a população, mas também preocupada em impactar positivamente as pessoas ao longo do processo.

Elaboramos nossa estratégia dividindo-a em 4 etapas: Sensibilizar, Agendar, Distribuir e Instalar. Criatividade e parceria permearam todas as etapas. Mobilizamos diversos atores sociais para colaborarem nessa missão. Formamos diversas parcerias com organizações sociais reconhecidas por seu trabalho nas comunidades, instituições de grande relevância, poder público, emissoras de Rádio e TV, empresas e varejo. Mais de 500 pessoas estiveram envolvidas diretamente ao longo do processo.

Muito além da distribuição de kits de conversão digital, o trabalho desenvolvido pela Seja Digital no Rio Grande do Norte foi sinônimo de oportunidade. Oportunidade de fortalecer os laços com as comunidades, fortalecer o trabalho desenvolvido pelas lideranças comunitárias, organizações sociais e equipamentos públicos. Oportunidade de emprego para centenas de pessoas das comunidades. Oportunidade para fornecedores, parceiros e comércio local.

Nas próximas páginas, apresentaremos um resumo de cada atividade realizada, desenvolvida com muita garra e afincado pelo escritório regional de Natal e a intensa jornada que foi ajudar a população a ingressar nessa nova era digital.



AGRADECIMENTOS

Inserir 1.500.000 pessoas na era digital e distribuir mais de 232.000 kits foi uma grande construção coletiva que juntou diversas pessoas, organizações, movimentos, prefeituras e empresas, cada uma dando sua colaboração para que pudéssemos obter êxito em nossa empreitada.

Primeiramente, gostaria de agradecer à equipe local, Jenair Alves, Tassia Consulim, Shirlenne dos Santos e Norberto Teixeira, que deram tudo de si nesses 6 intensos meses e, cada um com sua expertise, foi fundamental para o sucesso de nosso trabalho.

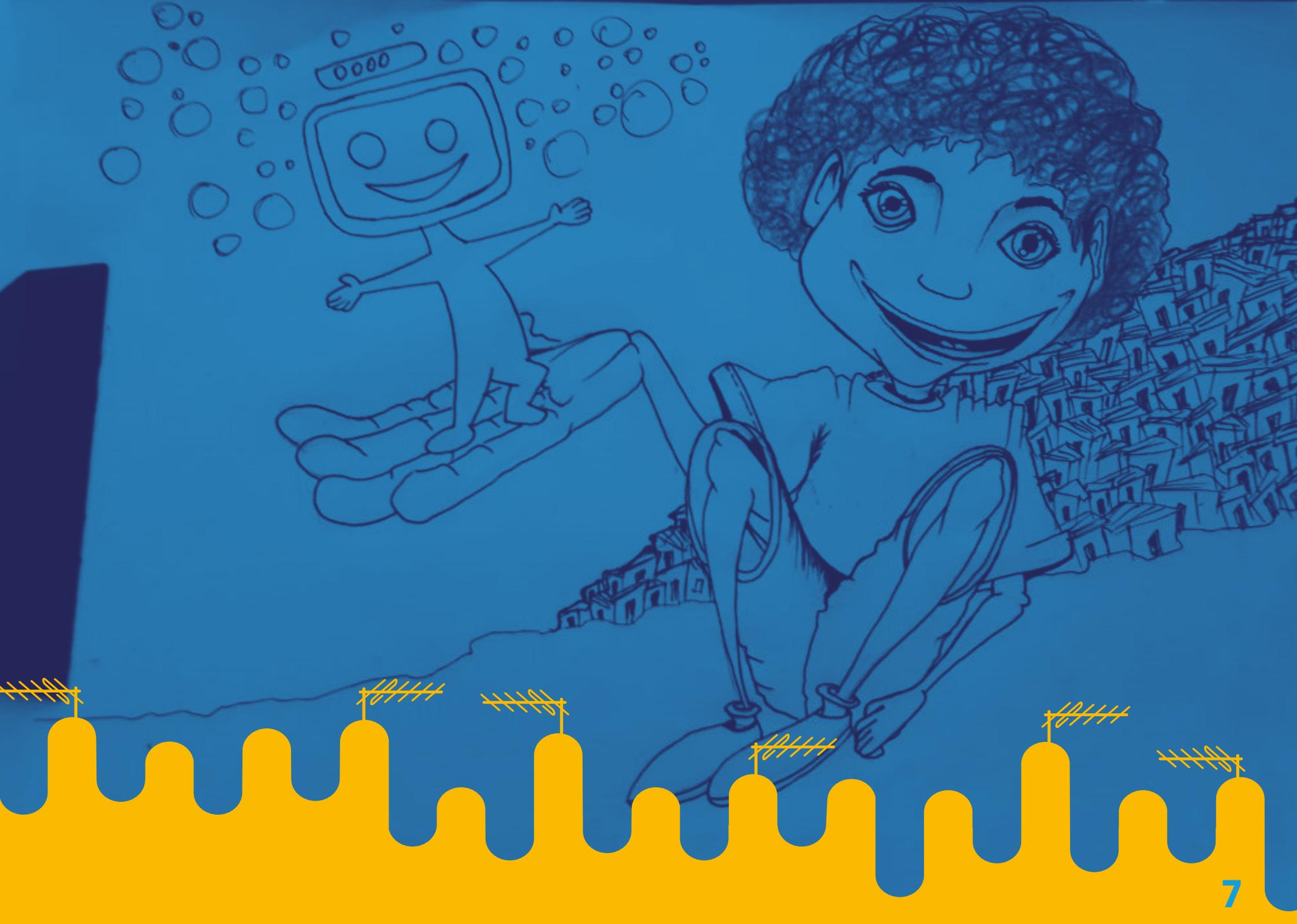
Ao competente time da Seja Digital que forneceram todas as ferramentas e suporte necessários para que pudéssemos alcançar os objetivos propostos.

Aos nosso mobilizadores e antenistas que prestaram um serviço fundamental para população, enfrentando desafios diários que a difícil realidade das comunidades carentes impõe. Foram nossos braços e pernas e possibilitaram impactar positivamente todos os cantos das cidades.

As organizações parceiras Crion, NDS, Movimento Cultural Nossos Valores, ADIC, Lar Fabiano de Cristo, Casa do Bem, Fé e Alegria, FECEB, SENAI/RN, Igrejas, lideranças comunitárias e voluntários que nos ajudaram a sensibilizar e atender toda a população.

As emissoras de rádio e TV, especialmente a Inter TV Cabugi e a TV Tropical, e ao nosso time de assessoria de imprensa, a Ana Paula Silva, Danielle Leite e Iva Câmara, que se empenharam diariamente para que a mensagem da digitalização chegasse a milhões de pessoas.

Todos foram peças fundamentais nessa enorme engrenagem que possibilitou garantir o acesso ao direito de comunicação de toda a população do Regional Natal!



O REGIONAL NATAL

DADOS GERAIS DO CLUSTER

- 3 regiões
- 26 cidades

 **População⁴: 1,6 MM**

 **Domicílios¹: 510,7 mil**

Classes Sociais² (% dos domicílios)

	AB	C1	C2DE	C2/D/E não atendido
Cluster Natal	21%	16%	62%	27%
Brasil	25%	22%	53%	23%

Programas Sociais³ (% dos domicílios)

	Nenhum	D+PS	BF
Cluster Natal	54%	21%	24%
Brasil	59%	20%	21%



MUNICÍPIOS	BENEFICIÁRIOS
Natal	111.599
Parnamirim	35.033
São Gonçalo do Amarante	21.557
Macaíba	18.304
Ceará-Mirim	15.000
São José do Mipibu	8.751
Extremoz	7.548
Monte Alegre	6.168
Nísia Floresta	5.495
Ares	3.631
Brejinho	3.140
Ielmo Marinho	3.116
Lagoa Salgada	2.751
Vera Cruz	2.747
Rio do Fogo	2.742
Poço Branco	2.693
Taipu	2.668
Maxaranguape	2.382
Tibau do Sul	2.376

Cidades do interior = 21% do cluster

Sensibilização através dos meios de comunicação e agendamento em parceria com as prefeituras.

Cidades do entorno = 36% do cluster

Estratégia Completa
Sensibilização
Agendamento
Retirada
Distribuição
e Instalação.

Natal = 41% do cluster

Estratégia Completa
Sensibilização
Agendamento
Retirada
Distribuição
e Instalação.

NOSSA ESTRATÉGIA

A televisão ainda é o maior meio de informação e entretenimento da população. A estratégia do Regional Natal teve como norte garantir acesso de mais de 200 mil pessoas ao sinal digital.

Além de garantir o acesso à tecnologia, determinamos que o processo fosse humanizado, com diálogo, respeitando as particularidades de cada grupo social, utilizando a cultura como meio de disseminação da mensagem e que proporcionasse externalidades positivas para todo o ecossistema de organizações sociais de Natal.

Nossa atuação foi dividida em 4 etapas: **Sensibilizar, Agendar, Distribuir e Instalar.**



SENSIBILIZAR

Esclarecer e orientar a população a respeito do processo de transição para o sinal digital. Explicar os motivos desta mudança, reforçando que é um processo global e um grande avanço tecnológico, e orientar a população didaticamente sobre como se adaptar e identificar suas necessidades para tal. Nessa fase, era necessário impactar todos os grupos sociais ainda analógicos.

ESTRATÉGIAS

- > Comunicação de massas:
Entrevistas em Rádio e TV;
- > Comunicação específica: Rádios comunitárias, carro de som;
- > Diálogos Comunitários;
- > Panfletagem em ruas de grande circulação e transporte público;
- > Sensibilização em escolas e universidades;
- > Positivção do varejo;
- > Positivção de condomínios;
- > Caravanas Digitais;
- > Ações culturais.



AGENDAR

Ajudar os beneficiários a identificarem se possuíam o direito de receber os kits gratuitos e agendar a retirada.

ESTRATÉGIAS

- > PDAs (Pontos de atendimento);
- > PDAs Prefeituras do Interior;
- > PDAs Móveis;
- > Blitz Digitais;
- > Mutirões de Agendamento;
- > Agendamento por telefone.



DISTRIBUIR

Garantir a retirada dos kits, monitoramento da retirada, doações para organizações sociais e equipamentos públicos e criar oportunidades para os não beneficiários adquirirem os kits por preços acessíveis.

ESTRATÉGIAS

- > PDRs (Pontos de Retirada);
- > Doações;
- > Feirões.



INSTALAR

Realizar instalação para pessoas e organizações com maior dificuldade em realizar a adaptação.

ESTRATÉGIAS

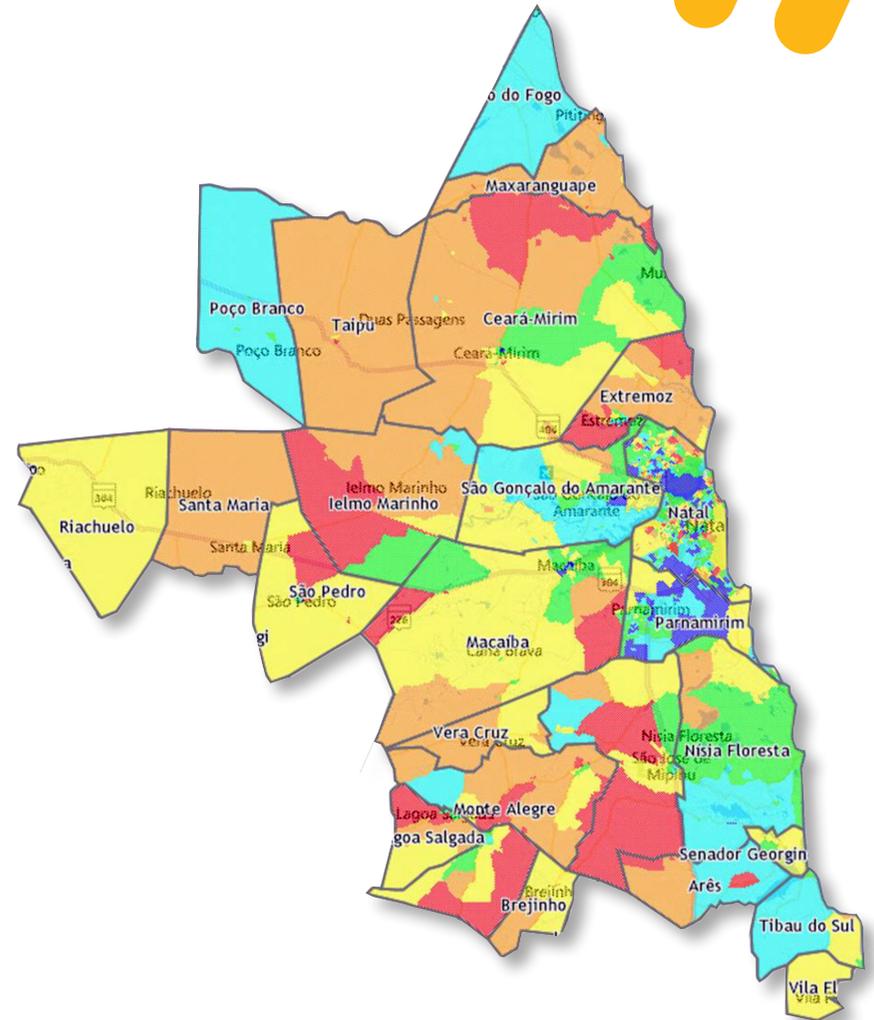
- > Formação de antenistas;
- > Mutirões de instalação porta-a-porta;
- > PDIs (Pontos de Instalação);
- > GetNinja.



DEFININDO AS ÁREAS ESTRATÉGICAS

O Regional Natal possuía um desafio a mais: Os beneficiários estavam pulverizados em diversas áreas. A capital Natal detinha 41% dos beneficiários e foi definida como prioridade 0. As cidades da grande Natal, um total de 5 municípios, possuíam 36% dos beneficiários e foram definidas como prioridade 1. Dividimos a cidade de Natal em diferentes áreas, de acordo com os seguintes critérios:

- Densidade populacional.
- Volume de beneficiários.
- Foco nas classes C2, D e E.
- Índice de digitalização de acordo com os mapas de calor fornecidos pelo setor de inteligência da Seja Digital.



Como as cidades prioridade 0 e 1 representavam 77% dos beneficiários, subdividimos essas duas áreas somadas em 6 regiões: Norte da Zona Norte e Ceará-Mirim / Sul da Zona Norte e Mãe Luiz / Zona Sul, Leste e Oeste / Parnamirim e São José de Mipibu / Macaíba / São Gonçalo do Amarante.

Para cada área determinamos um supervisor de território, responsável por coordenar as ações em suas respectivas áreas, reconhecer os territórios, mapear as lideranças locais e realizar os preparativos para atuação de

nossas equipes de campo em áreas de risco, um aspecto fundamental diante dos desafios impostos pelo déficit social e consequentemente de segurança pública em determinadas comunidades.

As áreas prioritárias em cada território eram constantemente atualizadas com as informações que recebíamos do setor de inteligência da Seja Digital. Essas informações foram fundamentais para o êxito de nosso esforços.



PARCEIROS QUE FIZERAM ACONTECER

Para nos ajudar a colocar essa estratégia em prática, estabelecemos diversas parcerias com organizações locais que nos ajudaram a sensibilizar a população e agendar beneficiários em seus territórios de atuação. Tivemos o cuidado em selecionar organizações que possuísem laços efetivos com a comunidade. A colaboração dessas organizações produziu uma externalidade positiva, reforçando essas organizações como referência em suas respectivas áreas.

246

**Voluntários
Envolvidos
Formalmente**
(Prefeituras, ONGs e
Lideranças Comunitárias)

+35.000

**Horas de Trabalho
Voluntário Investidas**

FUNDAÇÃO FÉ E ALEGRIA



Fé e Alegria

Com mais de 35 anos de atuação nacional, Fé e Alegria é um Movimento Internacional de Educação Popular e Promoção Social que impulsiona a partir das comunidades nas quais trabalha, com elas e para elas, processos educativos integrais, inclusivos e de qualidade, comprometendo-se com a transformação das pessoas para construir sistemas sociais justos e democráticos.

Atualmente, mais de 13 mil pessoas, entre crianças, jovens e adultos, em 20 cidades de 14 estados, são beneficiadas pelas ações de Educação e Promoção Social da Fundação. A Fé e Alegria ainda tem presença na América Latina, Europa e África, com cerca de 4 mil centros educativos e sociais, em mais de 3 mil locais, envolvendo cerca de 1,5 milhões de pessoas.

LAR FABIANO DE CRISTO

O Lar Fabiano de Cristo foi fundado em 8 de janeiro de 1958, a partir da ideia de estudiosos do Evangelho que desejaram sair dos estudos teóricos sobre a caridade para a prática efetiva. A proposta inicial consistia em apoiar lares que acolhessem entre seis e dez crianças, com atenção individualizada. Logo identificou-se que as crianças beneficiadas ao retornarem às famílias de origem viviam conflitos de toda ordem, especialmente por não existir afinidade na orientação que recebiam. A família também precisava de apoio e passou a ser a unidade de atendimento do Lar Fabiano de Cristo, uma iniciativa viabilizada com a criação de uma empresa com a finalidade de garantir recursos para uma obra social: a hoje CAPEMISA Instituto de Ação Social. Sua missão é desenvolver proteção social e educação transformadora, contribuindo para a construção de um mundo melhor.



**LAR FABIANO
DE CRISTO**

ASSOCIAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DE INICIATIVAS DE CIDADANIA DO RN - ADIC/RN



A Associação para o Desenvolvimento de Iniciativas de Cidadania do RN (ADIC/RN) é uma associação civil de iniciativa privada, sem fins lucrativos, fundada em 24 de agosto de 2005, foi idealizada para atender a comunidade do Passo da Pátria – Natal/RN – Brasil. Atua promovendo o exercício da cidadania com crianças, adolescentes, jovens e famílias da comunidade. Com aproximadamente 5.800 pessoas, a comunidade vive, em sua maioria, em estado de pobreza. As pessoas passam por situações de falta de moradia, alimentação, higiene, trabalho, educação, saúde, cultura, sendo acentuado pelo analfabetismo, drogas, doenças, famílias desestruturadas, crimes, entre outros. Sua missão é contribuir na construção de uma sociedade sustentável e solidária, pela realização de seu objetivo de gerar processos de desenvolvimento da cidadania no estado do Rio Grande do Norte, preferencialmente, não exclusivamente, em comunidades carentes.

CASA DO BEM

A Casa do Bem é uma organização não governamental funcionando na cidade do Natal, capital do Rio Grande do Norte/Brasil, tem como fundador o escritor, jornalista e ativista social Flávio Rezende. A ONG tem como objetivo ocupar jovens em situação de risco com atividades culturais, esportivas, educativas, gastronômicas, recreativas e sociais, desenvolvendo ainda diversos projetos para crianças, adolescentes e idosos, ajudando ainda com distribuição de alimentos, cursos, palestras e incentivando a sociedade a doar objetos, alimentos, roupas e utensílios domésticos para as pessoas carentes.





FEDERAÇÃO DOS CONSELHOS COMUNITÁRIOS E ENTIDADES BENEFICENTES DO RIO GRANDE DO NORTE (FECEB/RN)

A Federação dos Conselhos Comunitários e Entidades Beneficentes do Rio Grande do Norte (FECEB/RN) reúne mais de 200 conselhos comunitários e entidades em todo o estado, com o objetivo de fortalecer o movimento comunitário à favor da defesa e efetivação de direitos, sobretudo aqueles ligados à moradia, segurança pública, proteção social, etc. A entidade é defensora do desenvolvimento do Estado e do Brasil, e vem lutando no RN, através da Confederação Nacional das Associações de Moradores, pela realização das reformas sociais, envolvendo a participação efetiva da população e do movimento comunitário de forma consciente e propositiva.

SENSIBILIZAR

ENTREVISTAS EM RÁDIO E TV

A televisão e o rádio ainda são os maiores meios de comunicação utilizados pela grande maioria da população. Foram mais de 570 minutos em 173 entrevistas para os principais programas de TV e Rádio.

570
minutos em
173
entrevistas.



SENSIBILIZAÇÃO PARA JORNALISTAS

Promovemos junto aos jornalistas das TVs InterTV Cabugi/Globo e TV Tropical/Record sessões de sensibilização para aprimorar a precisão das informações e reforçar as mensagens chave.

RÁDIOS COMUNITÁRIAS E CARRO DE SOM

Para atingirmos todos os segmentos, utilizamos meios de comunicação com grande penetração nas comunidades, como as rádios comunitárias e carros de som com mensagens específicas para cada etapa do processo.

DIÁLOGOS COMUNITÁRIOS

Mapeamos organizações sociais e religiosas com boa capilaridade e trabalho reconhecido nas comunidades de Natal e região metropolitana para, em conjunto, ajudar a população, principalmente a mais necessitada, a se tornar digital e assegurar o direito a comunicação. Realizamos reuniões com diversas lideranças

para explicar a importância do processo de digitalização e torna-los multiplicadores dessas informações em suas comunidades. Nesses encontros, pudemos identificar algumas organizações que, na ausência de um equipamento público de fácil acesso a população, se tornaram pontos de atendimento (PDAs) para realização de agendamentos. Os diálogos comunitários também nos ajudaram a identificar mobilizadores das próprias comunidades que foram contratados para nos ajudar no processo de mobilização social. Foram realizados 20 diálogos comunitários.



20

20
Diálogos
Comunitários



25
Ações de
Panfletagem

SENSIBILIZAÇÃO EM ESCOLAS E UNIVERSIDADES

Escolas e Universidades juntam diversos públicos, desde os alunos que hoje são formadores de opinião em suas residências, pais, professores e funcionários. Foram realizadas sensibilizações em 76 escolas e 6 universidades.

PANFLETAGEM

Para reforçar a mensagem da TV digital realizamos diversas panfletagens em pontos estratégicos espalhados pela cidade. Foram 25 ações de panfletagem incluindo ações porta-a-porta e no carnaval.

76
Sensibilizações
em Escola

6
Sensibilizações
em Universidades



POSITIVAÇÃO DO VAREJO

Foram realizadas diversas ondas de positivação de varejo ao longo do projeto. Instalamos comunicações visuais em pontos estratégicos e em todos os tipos de lojas, principalmente no comércio popular com grande fluxo de pessoas. Ao longo dessas ações também tiramos dúvidas sobre quem tinha direito a retirar o kit e como fazer para retirá-lo.

SENSIBILIZAÇÃO E POSITIVAÇÃO DE CONDOMÍNIOS

Condomínios aglomeram uma grande quantidade de residências e são muito importantes para o processo de digitalização. Além de realizarmos a positivação de aproximadamente 100 condomínios com materiais específicos com orientações para síndicos e moradores, também promovemos em parceria com a InterTV / Globo, um workshop junto a administradoras de condomínios explicando em detalhes o processo de digitalização, como realizar a adaptação e esclarecimento de dúvidas.



100
Condomínios
Positivados

400
Lojas
Positivadas

AÇÕES CULTURAIS

Não basta passar a mensagem, é preciso prender a atenção. Para isso utilizamos a cultura regional e popular para sensibilizar diversos públicos de forma criativa e inovadora.

SENSIBILIZAÇÃO EM TRANSPORTE PÚBLICO

Criamos o personagem “Mr. Digital” que recitava um divertido cordel em transportes públicos e pontos de grande circulação.

ESQUETE TEATRAL EM LOCAIS PÚBLICOS

Em parceria com o grupo Facetas, criamos uma esquete teatral que foi apresentada em diversas oportunidades contando de forma bem humorada a história de uma família que precisava se tornar digital. A esquete era mediada pelo personagem Mr. Digital, o que ajudou para o fortalecimento de seu nome e a marca.

RAP DIGITAL E CULTURA HIP-HOP

Com a ajuda do movimento Nossos Valores, gravamos um rap com a temática da digitalização que foi utilizado nos carros de som nas comunidades e fizemos um painel de grafite na Zona Norte de Natal, bairro com grande concentração de beneficiários.



18
Ações
Culturais



CARAVANAS DIGITAIS

As caravanas digitais serviram para estreitar os laços com as comunidades oferecendo atrações culturais e entretenimento para todas as idades, serviços de utilidade pública, sensibilização sobre a transição para o sinal digital, agendamento e esclarecimento de dúvidas. Durante um dia, em escolas e centros comunitários, oferecemos serviços como corte de cabelo, manicure, maquiagem, aferição de pressão, brinquedos, pintura facial, aula de zumba, distribuição de pipoca e algodão doce, totalmente gratuitos. Além da apresentação da esquete teatral da família digital e a Casa Digital: uma estrutura que simulava uma casa, com demonstração de sinal digital na sala e que contava a história do processo de digitalização. Nas caravanas pudemos contar também com a parceria da InterTV e da Rádio 96 FM que anunciaram os eventos em suas respectivas programações e realizaram distribuição de brindes no local.



13
Caravanas
Digitais



VOCÊ PERGUNTA E A SEJA DIGITAL RESPONDE

Para esclarecer dúvidas da população na reta final do processo e ajudar a mídia na produção de pautas sobre a digitalização, criamos uma ação que consistiu na montagem de um cenário em locais de grande circulação de pessoas com demonstração de sinal, promotores e antenista respondendo questionamentos dos transeuntes.

PARCERIAS

Para atingirmos beneficiários do programa social Tarifa de Luz Social fizemos uma parceria com a COSERN para inserir uma mensagem nas contas de luz dos beneficiários avisando que possuíam o direito de receber um kit de conversão digital gratuitamente por parte da Seja Digital.

AGENDAR

Para garantir que todos as pessoas que tinham direito ao kit conseguissem ter acesso a esse benefício, desenvolvemos diferentes estratégias para que ninguém ficasse para trás.



PDA (PONTOS DE ATENDIMENTO)

Em conjunto com o NDS implantamos 47 pontos de atendimento nos CRAS, Cadastro Único do Bolsa Família, Centrais do Cidadão em Natal e na região metropolitana. Em cada PDA haviam 1 ou 2 mobilizadores dependendo da demanda para atender os beneficiários. Esses mobilizadores reportavam aos supervisores dos respectivos territórios que davam todo suporte necessário para a operação.

PDAS PREFEITURAS DO INTERIOR

Nos municípios do interior nós estabelecemos parcerias com todas as prefeituras e realizamos capacitações de servidores das respectivas secretarias de assistência social. Devido à grande quantidade de municípios tivemos que organizar as prefeituras em grupos e realizar 5 capacitações, uma em cada região. Tivemos um total de 52 PDAs operados por voluntários das prefeituras no interior e capacitamos um total de 464 servidores entre profissionais da assistência social e agentes de saúde.



99
PDAs



PDAS MÓVEIS

Para atingir grupos específicos criamos uma equipe de mobilizadores que aturam de forma móvel realizando atendimentos em quilombolas, aldeias indígenas, igrejas, terreiros e zonas rurais.

BLITZS DIGITAIS

Em parceria com a InterTV Cabugi, afiliada Rede Globo, as Blitz Digitais consistiam em ações pontuais de agendamento e demonstração de sinal com uma van positivada destaca em diferentes pontos estratégicos da cidade. O atendimento tinha cobertura ao vivo do jornalismo da InterTV e sua programação era anunciada semanalmente nos telejornais.

+115 mil
atendimentos

16
Blitzs Digitais



143
Multirões de
Agendamento



MUTIRÕES DE AGENDAMENTO

Os mutirões de agendamento foram realizados em parceria com conselhos comunitários em locais conhecidos pela comunidade com o objetivo de realizar o maior número de agendamentos possíveis e tirar dúvidas da população. Junto com os conselhos realizávamos uma mobilização prévia com carro de som e faixas convocando a população para participar. Também realizamos ações casadas, inserindo Blitz Digital, apresentações culturais e outros atrativos para agregar valor à ação e atrair maior público.

AGENDAMENTO POR TELEFONE

Muitos beneficiários, principalmente os mais idosos, que realizaram cadastro para saber se tinham direito ao kit conversor não olhavam os SMS da Seja Digital avisando que seus cadastros foram aprovados. Para superar esse desafio, criamos um pequeno call center próprio junto com nossa ONG parceira, o NDS, para entrar em contato com esses beneficiários e realizar seus agendamentos.

11.245
contatos com
beneficiários





+238.000
Kits
Distribuídos

DISTRIBUIR

PDR

Embora a responsabilidade pela operação dos Pontos de Retirada não fosse do escritório regional, trabalhamos de forma integrada com a equipe de logística da Seja Digital e os Correios, sempre monitorando o bom funcionamento dos serviços prestados à população, repassando informações coletadas junto aos beneficiários para resolução de problemas pontuais.

1476
Kits
Doados

DOAÇÕES

Muitas organizações sociais e instituições públicas como asilos, creches, hospitais e escolas, utilizam TVs para diferentes fins. Para garantir a continuidade dessas atividades, realizamos um levantamento de instituições e recebemos dezenas de solicitações para doação de kits de conversão digital. Também contemplamos nossos voluntários e disponibilizamos centenas de kits para rádios e TVs realizarem doações em suas grades de programação. Ao todo foram doados 1476 kits.

34
Lojistas
Envolvidos



3
Feirões



+\$1 mi
Vendido

32

FEIRÕES

Além da distribuição de kits gratuitamente para os beneficiários de programas sociais do Governo Federal, trabalhamos junto à iniciativa privada para garantir melhores condições para as pessoas que precisaram adquirir kits de conversão ou novos televisores. Em parceria com a InterTV / Globo pequenos lojistas e grandes redes de varejo, promovemos 3 feirões digitais e realizamos uma campanha conjunta com uma rede de lojas local que batizamos de "Dia D", com descontos especiais em todas suas unidades para a aquisição de kits de conversão. Realizamos 2 feirões de rua no bairro do Alecrim, um grande centro de comércio popular de Natal e 1 feirão no Partage Norte Shopping, localizado na Zona Norte de Natal. Fizemos parcerias com 34 lojistas incluindo Ricardo Eletro, Miranda Computação e Comjol. Ao todo foi vendido mais de R\$ 1 milhão de reais em equipamentos.

INSTALAR

FORMAÇÃO DE ANTENISTAS E INSTALADORES

Em parceria com o SENAI/RN e a InterTV/Globo, realizamos um curso de formação de antenistas que qualificou 111 profissionais em 3 semanas. Foram 3 turmas com 40 vagas e uma carga horária de 16 horas, com atividades práticas e certificação NR-35 para trabalho em altura. Os alunos foram recrutados nas unidades do SENAI e nas comunidades através de organizações parceiras. Além de contribuir para o propósito do projeto, essa formação ajudou a qualificar mão de obra de diferentes perfis e ofereceu uma alternativa de emprego para centenas de jovens.

Através de nossa ONG parceira, o NDS, qualificamos alguns mobilizadores para se tornarem instaladores para que pudessem ajudar nos esforços de digitalização em suas comunidades. Ao todo, 40 mobilizadores foram qualificados.

Do total de 151 profissionais capacitados, contratamos 72 antenistas para atuarem nos esforços de digitalização nas comunidades.

151
Antenistas
Capacitados

MULTIRÕES DE INSTALAÇÕES

Para auxiliar as pessoas com maior dificuldade em realizar a instalação dos kits de conversão, realizamos 154 mutirões de instalação porta-a-porta nas comunidades de Natal e região metropolitana. Divididos em 6 equipes com 10 instaladores e 10 mobilizadores, de terça a sábado, essa gigantesca força tarefa percorreu centenas de quilômetros indo de porta em porta ajudando todos aqueles que necessitavam de ajuda para instalar, realizar ajustes nas instalações já feitas e/ou realizar o cadastramento na promoção “instalação premiada”.

As áreas de atuação foram definidas com ajuda do setor de inteligência da Seja Digital que disponibilizaram mapas de calor com as áreas mais analógicas da cidade e com foco nas classes D e E.

Antes de todos os mutirões, os supervisores de território visitavam os locais definidos para realizar o reconhecimento do território, mapear os pontos de encontro e conversar com lideranças locais para auxiliar na mobilizar da comunidade e entender a realidade de cada bairro. Muitos desse bairros eram dominados por facções criminosas e as lideranças comunitárias cooperavam para que pudéssemos atuar com segurança nesses territórios.

Para reforçar a mobilização utilizamos carro de som, faixas, panfletos e anunciamos semanalmente em programas de TV a agenda dos mutirões.



PONTOS DE INSTALAÇÃO (PDI)

Na reta final, em alguns bairros analógicos das classe D e E que apresentavam grandes desafios, principalmente referente a segurança e onde encontrávamos muitas casas fechadas ao longo do dia, fizemos parcerias com alguns equipamentos públicos, igrejas e conselhos comunitários para estabelecer uma base fixa com um mobilizador e um instalador da própria comunidade, que ficavam a disposição no local para que os moradores que necessitavam de auxílio para instalação pudessem ir e solicitar ajuda. Utilizamos carro de som, faixas, o auxílio de lideranças comunitárias e os próprios moradores para que esses espaços virassem referência para a população.

GETNINJA

Através do escritório central da Seja Digital, estabelecemos uma parceria com o aplicativo GetNinja, que conecta a demanda por serviços a prestadores de serviços. Cadastramos nossos antenistas na plataforma com perfis especiais que possibilitaram a oferta do serviço de instalação gratuitamente para a população. Para captar a demanda por instalação dos beneficiários que receberam os kits gratuitos, deslocamos 10 mobilizadores para 10 PDRs de Natal e região metropolitana com a missão de cadastrar beneficiários que necessitavam de ajuda para a instalação. Criamos uma equipe específica de antenistas para atender a demanda gerada. Com a ajuda da plataforma realizamos aproximadamente 3 mil instalações em um pouco mais de 1 mês.



3115
Instalações
via GetNinja

NATAL FACTS

86%

Natal obteve o maior índice de agendamento de beneficiários dos regionais que já desligaram o sinal analógico até o presente momento.

84%

Natal alcançou o maior índice de agendamento de beneficiários dos demais programas sociais.

94%

Natal atingiu o maior índice de agendamento de beneficiários do Bolsa Família junto com Recife.

Natal possui a mobilizadora com maior número de agendamentos entre os regionais de sua fase. A mobilizadora **Eliane** fez **3.344** agendamentos.

63.579 agendamentos foram de origem de mobilizador.



Seja :Digital

