

Relatório Final



AÇÕES DE MOBILIZAÇÃO E APOIO À INSTALAÇÃO NA REGIONAL DE
BAURU



Elaborado por União de Núcleos, Associações de Moradores de Heliópolis e região

São Paulo, abril de 2018

Apresentação



Este relatório trata das atividades realizadas e resultados alcançados, no período de 04 de janeiro a 15 de abril de 2018, na regional de Bauru, no âmbito da campanha do desligamento do sinal analógico. O trabalho foi desenvolvido pela UNAS e contemplou a cidade de Bauru e outros oito municípios: Agudos, Pirajuí, Presidente Alves, Avaí, Arealva, Cabrália Paulista, Borebi, Piratininga.

A **UNAS** – União de Núcleos e Associações dos Moradores e Região – é uma entidade de direito privado, sem fins lucrativos, que tem como finalidade promover a cidadania e o

desenvolvimento integral da comunidade de Heliópolis e bairros do entorno. A instituição existe há mais de 30 anos e suas ações têm como base a pedagogia libertadora e a construção de relações pessoais e sociais fundamentadas nos princípios da autonomia, responsabilidade e solidariedade. Desde a década de 90 atua na garantia dos direitos da criança e do adolescente por meio de convênios com as três esferas de governo e iniciativa privada. Hoje, vários equipamentos educacionais são geridos pela UNAS e aproximadamente 5.000 crianças e adolescentes são atendidos. Também atua nas áreas de assistência social e cultura.

A parceria entre a UNAS e a Seja Digital teve início em 2017, no período de desligamento do sinal analógico na capital do estado de São Paulo e região metropolitana. Foi realizado o trabalho de mobilização e orientação da população em relação ao desligamento do sinal analógico e também sobre o direito à gratuidade do kit conversor para população beneficiárias dos programas sociais federais, assim, como o processo de agendamento para a retirada do equipamento.

Na região de Bauru, o projeto teve como objetivo a operacionalização das ações de mobilização social e apoio à instalação, por meio de atendimento qualificado à população de menor renda dos

nove municípios de abrangência da regional. Inúmeras atividades foram realizadas para apoiar os moradores na preparação de seus domicílios para recebimento do sinal digital, garantindo o acesso gratuito a uma TV com maior qualidade de imagem e som.

A equipe foi composta por:

- 75 mobilizadores de campo – atuando nos bairros indicados pela Seja Digital. Os mobilizadores desempenharam a Campanha Porta a Porta, abordando os moradores em seus domicílios para informar sobre o processo do desligamento do sinal e realizar agendamento para retirada dos kits conversores e o cadastros de interessados. Essa equipe também apoiou no processo de instalação das antenas e conversores.
- 1 coordenador geral/1 assistente de coordenação - para atuar na definição, monitoramento, acompanhamento e avaliação do projetos e condução das equipes de instaladores e mobilizadores.
- 7 coordenadores de campo que atuaram como gestores operacionais dos projetos de mobilização nos respectivos territórios de atuação.
- 75 instaladores que atuaram no apoio à instalação dos kits conversores nos domicílios.
- 2 profissionais voltados para as demandas administrativas, financeiras e contábeis.

As informações que desse relatório estão estruturadas por ação, apontando desde a metodologia, os resultados, as equipes, os instrumentos de gestão e registros fotográficos.

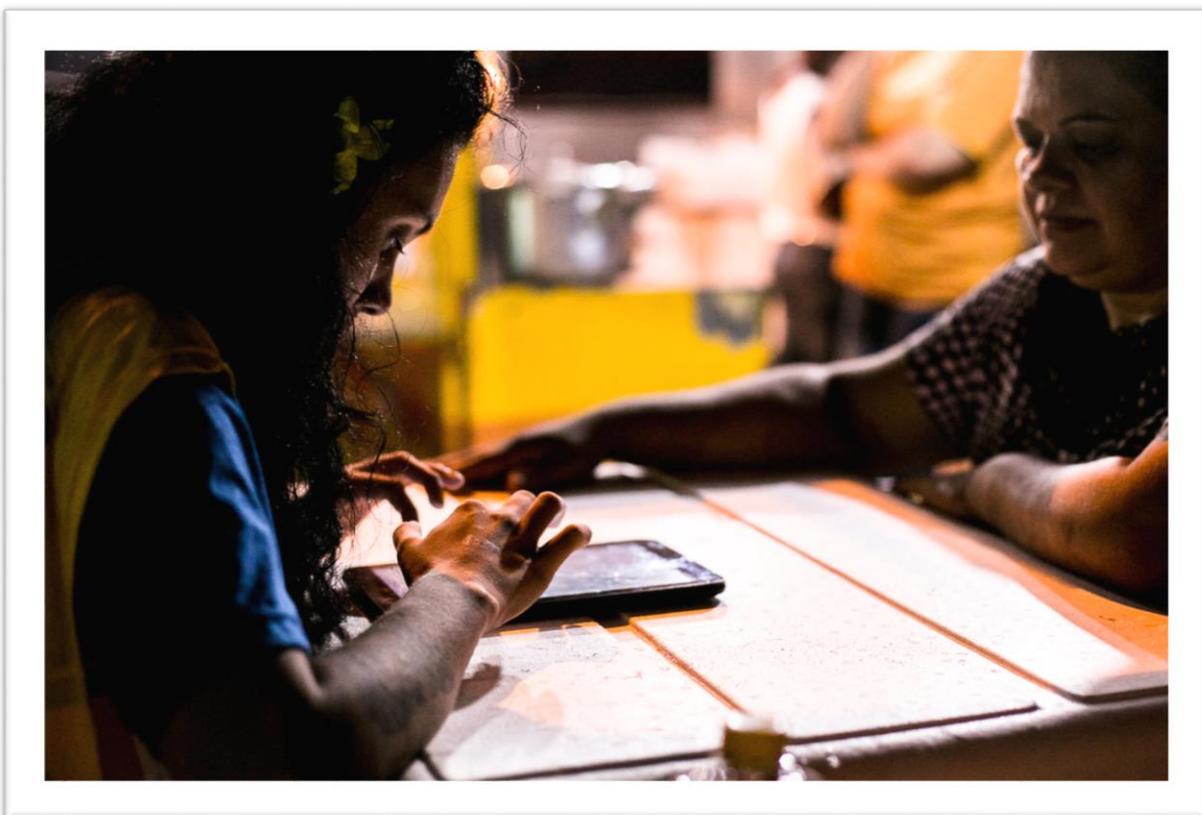


RELAÇÃO DOS MOBILIZADORES E INSTALADORES CONTRATADOS

Mobilizadores	Instaladores
ALEXIA FERNANDA CATARINA	ADILSON RODRIGUES DAMASCENO
ANA CAROLINA LEME FELIPE	ALDEIDE APARECIDA DA SILVA
ANA CLAUDIA DA SILVA RECHI	ALINE SANTANA DOS SANTOS
ANDRISA CRISTINA OZORIO MACIEL HIPOLITO	ANA PAULA DA SILVA
BRENDA SANTOS DA SILVA	ANDERSON DE OLIVEIRA BERTO SOARES
BRUNA CAROLINE OZORIO	APARECIDO BUENO GONÇALVES
BRUNA LEITE DE OLIVEIRA	AQUICEU DE OLIVEIRA JUNIOR
BRUNA SOARES DE OLIVEIRA	BENEDITO DOMINGOS DA SILVA
BRUNO ROCHA RODRIGUES	CARLOS DANIEL DOS SANTOS GOBI
CAIO CEZAR CESÁRIO MARTINS	CLAUDIA NUNES
CAMILA APARECIDA DE OLIVEIRA ALEXANDRE	CRISITANO SAROA ROCHA
CAMILA CRISTINA GODOI	CRISTINA AMARO
CAMILA DE FÁTIMA OLIVEIRA	DAIANE DE OLIVEIRA SOARES
CAMILA PEREIRA ANTONIO	DANIELLA DOS SANTOS NEVES DA SILVA
CAROLINA YANCA MAURICIO MARQUES	DEBORA FERNANDA BUENO DE CAMARGO
CASSANDRA HELENA CORREIA	DEYVISON APARECIDO DE SOUZA SABARA
CINTIA PAULA DA SILVA DANIEL	EDILAINE ROJA DE ALMEIDA
DAIANE THAMIRES DOS SANTOS DA ROCHA	ELISABETE DA SILVA PEREIRA
DANIELA DOS SANTOS SILVA	ERASMO ANTONIO
ELAINE APARECIDA GANDAIO	ESTEFFANI MACEDO DE LIMA
EUSEBIO RODRIGUES DAMASCENO	FERNANDO APARECIDO MATEUS DE SOUZA
FABIANA NASCIMENTO DA SILVA	GABRIEL GUILHERME DOS SANTOS
FLAVIA CRISTINA DOS SANTOS LIMA	GISELE MESSIAS CAMARA
FRANCISCO LEITE DE SOUZA	GISLAINE MESSIAS VILLA
GLORIA APARECIDA MORENO BENICIO	GISLENE MORAIS DOS SANTOS
INGRYD REGINA DA SILVA	GLAZIELE PEREIRA LIMA
INÊS MARA MARQUÊS	GRAZIELE TURTURA PADILHA
JENIFER NATHALY DA SILVA PEREIRA	HELEN DOS SANTOS SOUZA
JESSICA CAROLINA MENDONÇA	JAMILY NAYARA GARCIA VIEIRA
JOÃO DANIEL DE FREITAS	JESNER VINICIUS RIBEIRO
JOSÉ APARECIDO PEREIRA	JHENIFER CORDEIRO DE OLIVEIRA BARBOSA
JULIANA DA SILVA MAZOTO	JOELMA DE GODOY BUENO PEREIRA
KAWANI DE OLIVEIRA NUNES DA SILVA	JULIO CESAR SANTOS DA SILVA
KELLY PRISCILA RAMOS LEITE	LETICIA MAYLA ANGELO
LAUANY NATACHI LUCCHETA GOBBI	LUCAS CAETANO DINIZ
LORENA CRISTINA FERREIRA	LUCAS DE OLIVEIRA LEITE
LUCIENE RODRIGUES DAMASCENO	LUCAS GODOY DE OLIVEIRA
LUIS FERNANDO DA SILVA	MARIA EDUARDA DE OLIVEIRA PINTO
LUIS FERNANDO VIEIRA DA SILVA	MATHEUS HENRIQUE DA SILVA PEREIRA
MARCIA RODRIGUES PEREIRA DA SILVA	MATHEUS VINICIUS ROCHA GONÇALVES
MARCOS ANTONIO DA SILVA	MAURICIO DE FARIA
MARIANA FERNANDA REIS XAVIER	MOACIR MIRANDA DE SOUZA AMARAL
MARTA LIMA DOS REIS	NILSON FIDELIS JUNIOR
NATALIA VITORIA ROZA SILVA	PAMELA LEITE MACHADO
NAYARA INACIO DE BRITO	RENATA STEFANY FELISBINO
NAYARA RODRIGUES	RICARDO ANTONIO BENICIO
PATRICIA LORRANY TEIXEIRA JULIANO	ROBERVAL ALVES DE LIMA

PAULO HENRIQUE DIAS DOS SANTOS	RODOLFO RIBEIRO SANTOS
RAFAEL EMILIO	RODRIGO HENRIQUE SOUZA GONÇALVES
ROBERTO NEVES NETO	ROGER WILLIAN BENICIO
ROMILDA APARECIDA MARTINS	ROGÉRIO GONÇALVES CORNÉLIO
DARLIS EDUARDO SANTOS MATOZO DA SILVA	ROSANGELA CRISTINA COSTA SANTOS
DORIVAL ALVES PINTO JUNIOR	ROSELI CRISTIANE DA COSTA
EDNA GUIMARÃES LUZIA	SAMELA EVELYN FAGUNDES AROUCA
EVERTON DA SILVA GONÇALVES	SELMA REGINA DOS SANTOS
GEILSON MARTINS DE MORAES	SERGIO MORETO REIS
JEFERSON FOGAÇA MANHANI	SONIA APARECIDA PEREIRA ANTONIO
MARCELO TRINDADE	TAINA GOMES DA SILVA
MARIA APARECIDA DA SILVA	TALITHA KRETTI BORGES DA COSTA CANESCHI
MAYCON DA SILVA ARAUJO	TANIA BORGES DA SILVA
PAMLEA STEPHANY SANTOS CARDOSO	TATIANE CRISTINA DA COSTA
RODRIGO DUARTE CAPASSO	THAICKYUAN CESAR FRANCISCO DE OLIVEIRA
DARLIS EDUARDO SANTOS MATOZO DA SILVA	THIAGO DA SILVA MAZOTO CARNEIRO
DORIVAL ALVES PINTO JUNIOR	VAGNER DA SILVA BUENO
ALEXIA FERNANDA CATARINA	VALERIA APARECIDA DOS SANTOS
ANA CAROLINA LEME FELIPE	VALMIR ADAGOBERTO FERRAZ
ANA CLAUDIA DA SILVA RECHI	VINICIUS DE BRITO GONÇALVES
ANDRISA CRISTINA OZORIO MACIEL HIPOLITO	WELLYNGTON BRAGIÃO DE MELLO
BRENDA SANTOS DA SILVA	WENDER ANDRÉ RIBEIRO
BRUNA CAROLINE OZORIO	WESLEY SIQUEIRA SOARES
BRUNA LEITE DE OLIVEIRA	WILSON GONÇALVES GOMES

TERRITÓRIOS DE ATUAÇÃO



As ações da mobilização social e apoio de instalação alcançaram os seguintes territórios:

Bauru

Bairros: Acampamentos: MST aeroporto/Estrela de Davi, Ferradura Mirim, Gasparini, Jardim Europa, Córrego Barreirinho, Nova Bauru, Parque Santa Cândida, Vila Dutra, Jaraguá, Jardim Marabá, Jardim Chapadão, Pousada da Esperança I e II, Jardim Godoy, Santa Edwiges, Santa Terezinha, Chácara Gigo, Jardim Ivone, Jardim Giansant, Residencial Quinta Da Bela Olinda, Residencial.

Agudos

Bairros: Jardim Cruzeiro, Jardim Santa Angelina, Vila Honorina, Vila Vienense, COHAB IV, Jardim Europa, Chácara Avato, Vila Professor Simões, Jardim São Vicente I e II, Jardim Santa Cândida, Parque Pampulha, Bairro Santa Cecília.

Pirajuí

Bairros: Vila Araújo, Vila Ortiz, Vila Faustini, Vila Esperança, Santa Guilhermina, Angaville, Jardim Servidores, Jardim Eldorado, Jardim América, Jardim Aclimação, Jardim Renaud, Pirajuí C, Jardim Europa, Jardim Paraíso, Vila Bela e Nova Pirajuí.

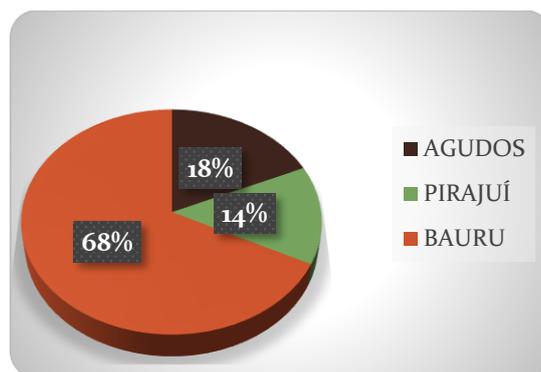


Gráfico 1 - Distribuição % por equipe de mobilizadores e instaladores, por município.

➤ EQUIPES CONTRATADAS E MODELO DE GESTÃO

Conforme detalhado, anteriormente, ao todo, 158 profissionais foram contratados e distribuídos entre os municípios, para realização do planejamento, articulação em rede e com lideranças, execução e avaliação das ações e eventos promovidos durante o projeto. As equipes foram organizadas de acordo com os territórios prioritários indicados pela Seja Digital. Esse foi o modelo encontrado para facilitar o trabalho de campo, proporcionando um maior alcance da população de baixa renda e beneficiários dos programas sociais federais.

Essa estratégia facilitou, significativamente, tanto a logística operacional, como a gestão e atuação das equipes de mobilização social e instalação. A estrutura de equipe foi planejada em dois níveis complementares: a gestão estratégica de planejamento e monitoramento e a gestão de campo, com demandas mais operacionais e que a todo tempo contribuía com as avaliações e ajustes das estratégias planejadas, num sistema de gestão integrada.

Modelo de gestão adotado

O trabalho foi desenvolvido por meio de um modelo de gestão colaborativa e horizontal que contemplou todas as instâncias envolvidas no projeto, desde a etapa de planejamento até o monitoramento e avaliação. Assim, as decisões, as soluções, os registros de resultados e diversos encaminhamentos relativos às demandas de campo, aconteceram de forma participativa, possibilitando maior apropriação por parte de todos e também agilidade nos encaminhamentos necessários, em prol de um resultado comum.

Foram criadas as seguintes instâncias de diálogo e colaboração, bem como instrumentos de registro:

- Reuniões semanais de planejamento - monitoramento /avaliação - definição de próximos passos. Essas reuniões foram realizadas com a equipe da UNAS e Cluster de Bauru.
- Visitas de campo para verificação *in loco* das ações em andamento e orientação das equipes e parceiros afins.
- Quando necessário, reuniões individuais com equipes específicas para ajustes de processo.

Organograma



➤ **AÇÕES E ETAPAS REALIZADAS**

Os objetivos apresentados foram alcançados por meio das seguintes etapas:

- Planejamento detalhado das ações com equipe UNAS e Cluster Bauru,
- Processo seletivo para contratação das equipes,
- Apoio às equipes para abertura de MEI - Micro empreendedor individual,
- Contratação e formação das equipes,
- Campanha de mobilização Porta a Porta e estabelecimento de parcerias,
- Diálogos e mutirões comunitários,
- Apoio para a instalação do kit digital,
- Acompanhamento e monitoramento de campo.

Detalhamento das etapas

1 - Planejamento detalhado das ações com equipe UNAS e Cluster Bauru. Realização de reunião entre UNAS e equipe da Seja Digital para realização de mapeamento das regiões prioritárias, criação das linhas de atuação e diretrizes para definição de metas por equipes e região, e elaboração dos indicadores quantitativos e qualitativos para o alcance das metas estabelecidas.

2 – Processo seletivo para contratação de equipe. Realização de reuniões com as lideranças locais para apresentação do projeto, seus objetivos, metas e benefícios que o projeto iria proporcionar à equipe de campo, aos beneficiários e principalmente as regiões de atuação. Com as lideranças bem informadas sobre as ações a serem desenvolvidas, foram apresentados os critérios para participação no processo de seleção e as etapas de contratação dos coordenadores de campo, mobilizadores e instaladores. Realização do processo seletivo para contratação da equipe que atuaria na mobilização, instalação e orientação da população na transição do sinal analógico para o digital.

3 - Apoio as equipes para abertura de MEI (Micro empreendedor individual). Após a definição das equipes de coordenadores, mobilizadores e instaladores iniciou o processo de assinatura dos contratos com a definição de salários, ajuda de custo e formas de pagamentos que poderia ser realizado através de MEI – Microempreendedor Individual ou RPA – Rubrica de pagamento de autônomos. Dessa forma pode-se garantir os direitos e benefícios que os colaboradores teriam durante os três meses de trabalho.

4 - Contratação e formação das equipes. Com os contratos e documentação dos colaboradores em ordem, iniciou-se o processo de formação e treinamento das equipes que passaram por um fluxo de aprendizagem que abordou os objetivos do trabalho, responsabilidades e atribuições de cada membro da equipe, público alvo, metas individuais e coletivas, técnicas de abordagens, e o passo a passo para a mobilização, cadastramentos e instalação do kit digital.

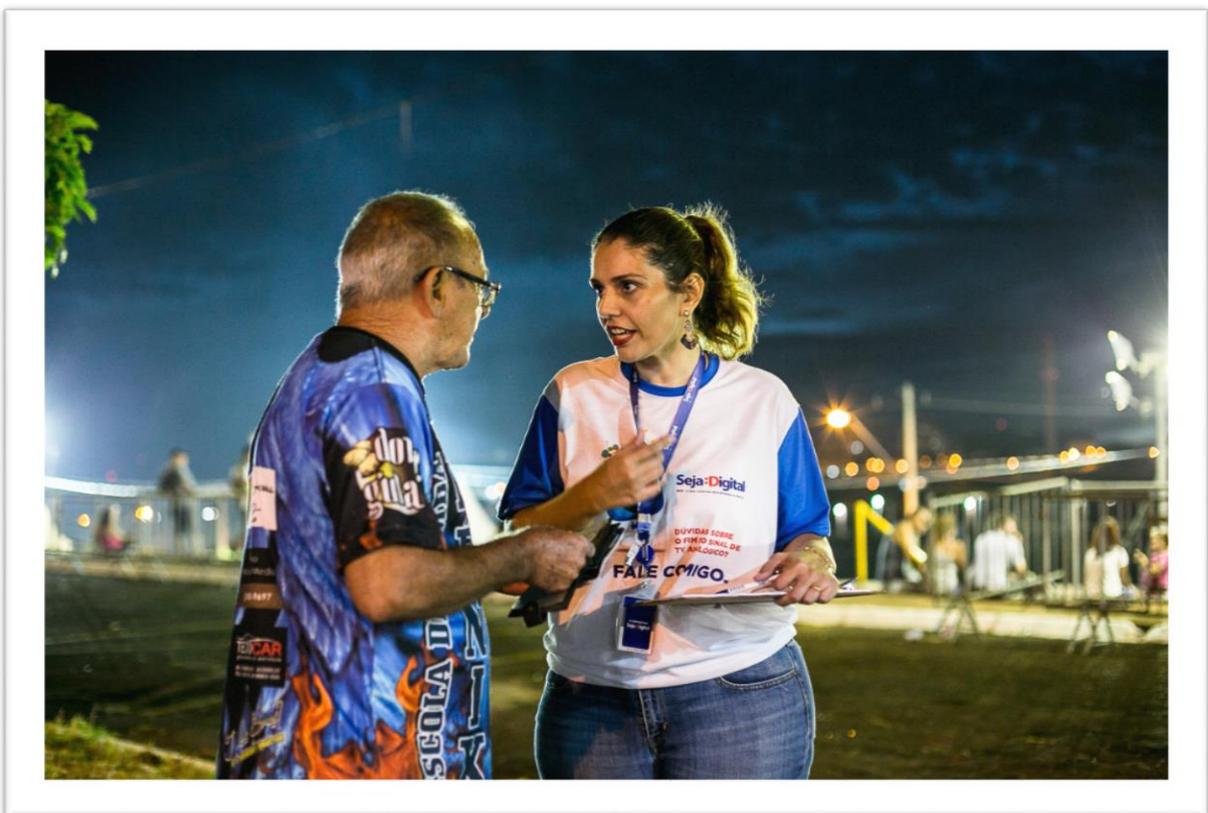
5 - Campanha Porta a Porta e parcerias. Com a equipe formada e treinada iniciaram-se as atividades de campo, em princípio, fortalecendo os vínculos já estabelecidos com as lideranças comunitárias, porém, estendendo ao comércio local, igrejas, espaços comunitários e projetos, espaços públicos como escolas, ponto de cultura, postos de saúde e CRAS de cada região de atuação, além do porta a porta nas regiões mapeadas.

6 - Diálogos e mutirões comunitários. Realizada articulação em rede com poder público, iniciativas privadas e sociedade civil que possibilitou criar algumas estratégias como participação em palestras

com funcionários dos CRAS, postos de saúde e escolas, funcionários de algumas empresas da região e participação em eventos promovidos durante o carnaval e datas festivas que foram realizadas durante o período de execução do projeto.

7 - Instalação do Kit Digital. O trabalho foi iniciado com a equipe de instaladores atendendo as coletas de demandas realizadas pela equipe de mobilização. Esse processo foi muito importante, pois, embora grande parcela da população soubesse sobre o desligamento, ainda foram encontradas muitas pessoas que não sabiam como instalar o kit, outra parcela achava que o sinal não iria desligar e também tinha um grupo que já havia retirado o kit, mas, estavam aguardando o desligamento para poder fazer a instalação.

8 - Acompanhamento e monitoramento de campo. Para acompanhar todo o processo de mobilização e instalação, diariamente, os coordenadores de campo recolhiam todas as informações de sua equipe, sintetizava e mandava à equipe central da UNAS que analisava os dados com o propósito de avaliar o rendimento de cada um, as regiões com mais demandas de instalação e as regiões com melhores resultados. Esse processo colaborava para a equipe avaliar cada indicador e com isso planejar as ações de acordo com as demandas e resultados apresentados.



Cronograma de execução do projeto					
Atividades	Jan	Fev	Mar	Abr	Obs:
Planejamento equipe SEJA DIGITAL/UNAS					Aconteceu de forma positiva, apesar do pouco tempo para organização de toda parte burocrática.
Processo seletivo					Bem sucedido com indicação das lideranças, respeitando o critérios estabelecidos em conjunto SEJA DIGITAL/UNAS.
Contratação:(coordenadores, Mobilizadores instaladores, Contábil e Financeiro).					Realizada com colaboradores por região atendida respeitando os critérios de seleção.
Treinamento da equipe					Primeira semana do projeto destinada a formação da equipe.
Equipe em campo de mobilizadores					Equipe em campo para mobilização e coleta de demanda.
Equipe em campo de instaladores					Foi necessário mais 15 dias de trabalho em abril para atender todas as demandas de instalação.
Reunião semanal com equipe de coordenação.					Reunião para avaliação e planejamento das ações.
Gestão e monitoramento Equipe UNAS/SEJA DIGITAL.					Acompanhamento diário dos resultados e ações das equipes em campo.
Mutirões e eventos na comunidade.					22 eventos e mutirões realizados durante o projeto.
Desligamento dia 28/03					Comemoração de desligamento do sinal analógico, região digitalizada.
Atendimento das demandas restantes e finalização do projeto.					Foi necessário mais 15 dias de trabalho em abril para atender todas as demandas de instalação. (300 instalações).

As ações de mobilização social e apoio a instalação foram trabalhadas enquanto estratégias complementares entre si, com vistas a alcançar a população C2DE, com propósitos comuns:

- Prestar esclarecimentos sobre a campanha de desligamento do sinal analógico de TV,
- Realizar agendamentos para retirada de kits.
- Realizar novos cadastros de pessoas com perfil de menor renda, porém não inscritas em programas sociais.
- Apoiar a população C2DE na instalação do kit digital.

Segue breve descrição das ações de destaque:

1. **Diálogos e Mutirões Comunitários:** mobilização realizada por líderes comunitários e mobilizadores sociais contratados em ambientes de grande circulação e concentração de população de menor renda.
2. **Porta a Porta:** mobilização da população de menor renda por meio das equipes de campo contratadas, e, em parceria com as Secretarias de Saúde dos municípios de Pirajuí e

Arealva. Contamos com a participação voluntária dos agentes comunitários de saúde e equipes técnicas dos respectivos centros de saúde.

Detalhamento das ações de mobilização social e apoio a instalação

A ação Porta a Porta consistiu na realização de visitas domiciliares realizadas pelas equipes de mobilização social e instaladores com foco na divulgação da campanha, agendamento, cadastramento e esclarecimento de dúvidas e apoio a instalação de antenas e sintonização de canais.

Já a ação de Diálogo e Mutirões Comunitários consistiu na realização de ações coletivas organizadas previamente para reunir a comunidade em datas específicas voltadas para cadastramento e agendamento e coleta de demandas de instalações. Os mutirões foram realizados em: associações comunitárias, praças, escolas públicas, empresas públicas e privadas, condomínios do Programa Minha Casa, Minha Vida, igrejas, comércio local e centros de saúde.

As equipes de campo atuaram em duplas distribuídas nos territórios prioritários e utilizaram os seguintes recursos:

- Formulários de campo específicos para registro dos novos cadastros, agendamentos e instalações realizadas conforme o modelo em anexo.
- Identificação visual por meio de uniforme (camiseta e sacochila da campanha).
- Pranchetas, canetas.
- Para os instaladores foi disponibilizado um kit de ferramentas composto por: furadeira, broca, chave de fenda, alicate, fita isolante, martelo, chave de boca e miguêlo.

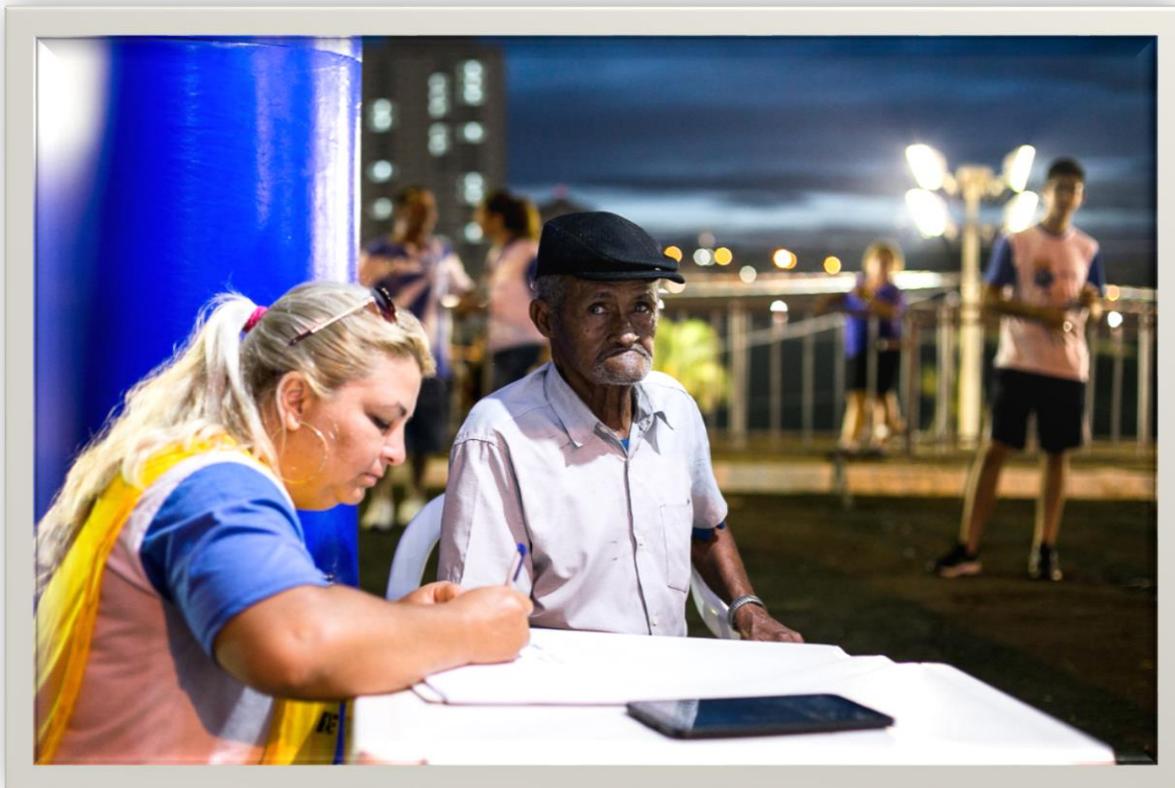
Diariamente, o coordenador de campo recolhia os formulários para fins de consolidação dos resultados, possibilitando uma análise do impacto das estratégias de mobilização e instalações adotadas e ajustes necessários.

METAS PREVISTAS E REALIZADAS

Para fins de elaboração da proposta, e norteamto da expectativa de alcance do trabalho contratado, a Seja Digital indicou metas de atendimento, conforme briefing orientador da proposta.

Ação	Meta	Indicador
Contratação de equipe para o atendimento dos objetivos previstos	Contratar as equipes responsáveis pela realização das ações de mobilização social e instalação dos kits.	Contratar 182 pessoas.
Ações de mobilização social no sistema porta a porta e mutirões comunitários	Realizar de ações de corpo a corpo com a população com vistas ao atendimento no agendamento e cadastramento par ao acesso ao kit conversor.	Realização de ações para informar e orientar a população sobre os procedimentos de passagem do sinal analógico para digital, agendamento e cadastramento.
Apoio para a população na instalação do kit conversor	Realizar apoio na instalação do kit conversor nos domicílios C2DE.	30mil instalações ou domicílios digitalizados pela equipe de instaladores

RESULTADOS ALCANÇADOS



Contratação direta de 157 profissionais que obteve os seguintes resultados:

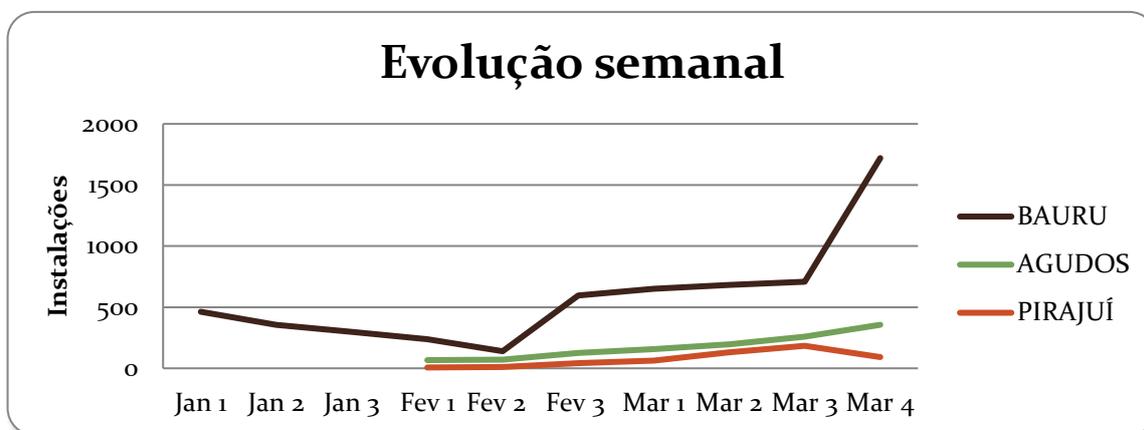
- **30 mutirões** realizados nas regiões prioritárias com uma média de público direto de 6.000 mil pessoas e 24 mil atingidas indiretamente.
- **28 mil domicílios** visitados durante os três meses de projeto com um público de **112 mil** pessoas sendo impactadas.
- **7.869 instalações** nos domicílios das regiões prioritárias.
- **16 CRAS** atuando em parceria, sendo 8 em Bauru: CRAS Nova Bauru, CRAS Ferradura Mirim, CRAS Ferraz, CRAS Tibiriçá, CRAS Santa Cândida, CRAS IX de Julho, CRAS Jardim Europa, e os demais nas regiões de Pirajuí e Agudos.

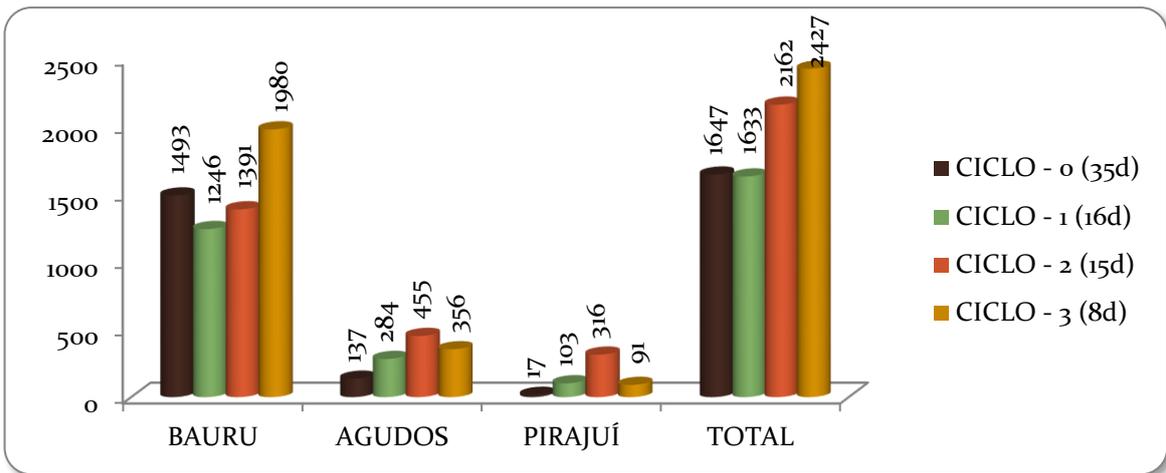
Através do trabalho de mobilização e orientação sobre o desligamento do sinal analógico, foi possível realizar uma boa articulação em rede com o poder público através dos postos de saúdes, CRAS, comércio local e lideranças comunitárias que facilitou o trabalho possibilitando o alcance das equipes de campo a regiões e famílias com um alto nível de vulnerabilidade, e que através da ação de mobilização, orientação e acolhimento essas famílias acabaram resgatando a autoestima e

sentimento de cidadania, despertando o interesse por outras oportunidades que antes aparentavam estar distantes como, por exemplo, o acesso a diversas políticas públicas que não eram acessadas e hoje, essa população está bem mais consciente dos seus direitos e deveres como cidadão. Outro ponto positivo foi a contratação das equipes por região, possibilitando a formação dos colaboradores e inserção ao mercado de trabalho.

A gestão compartilhada entre UNAS e SEJA DIGITAL permitiu ao longo do projeto planejar as ações, avaliar os números e resultados do campo possibilitando a busca de novas estratégias e ajustes para alcance dos objetivos. Como por exemplo, a mudança na forma de pagamento dos instaladores que deixou de ser fixo (por mês) e passou a ser por instalação (quinzenalmente), provocando uma mudança positiva e aumento gradativo de produção. O novo formato possibilitou aperfeiçoar os trabalhos com as equipes alternando seus períodos de trabalho de acordo com as demandas e horários de fácil acesso à população inclusive, atuando no início da noite e finais de semana para não deixar ninguém sem atendimento.

Gráfico 2- Progressão semanal das instalações





CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

As ações de mobilização social no âmbito da campanha de desligamento do sinal analógico da TV aberta representaram uma grande força para o alcance do público de interesse. Foram estratégias que proporcionaram um atendimento direto por meio do corpo-a-corpo, capaz de criar laços de confiança, engajar pessoas que apoiaram outras pessoas. Essa é a forma como se chega aos locais mais remotos, alcançando pessoas que estão à margem dos grandes meios de comunicação, ou que até acessam, mas não traduzem a linguagem e a mensagem com a mesma facilidade que o atendimento direto proporciona, principalmente, quando feito por pessoas de mesma identidade sociocultural.

Ou seja, quando o comunicador da Campanha passa a ser a liderança local, o mobilizador social, que já conhece as características do público a ser alcançado, pois trata da sua própria realidade social; ou ainda, o agente comunitário de saúde ou atendente do CRAS, que também já participam do cotidiano das famílias na comunidade onde atuam, a mensagem é aceita, reconhecida com mais facilidade, e, conseqüentemente apropriada, e mesmo multiplicada, pelo público final.

Considerando os resultados quantitativos e qualitativos conquistados, avalia-se que as estratégias implementadas foram extremamente satisfatórias, e, que alguns princípios adotados foram fundamentais para esse alcance:

1. Gestão **compartilhada** entre a equipe UNAS e SEJA DIGITAL no processo de contratação, formação, mobilização e suporte de instalação.
2. A contratação de **lideranças e colaboradores** das regiões prioritárias capazes de disseminar a mensagem da Campanha e de apoiar a população mais vulnerável no processo de digitalização.
3. **O respeito** às características socioculturais dos públicos envolvidos e de cada região.
4. **Monitoramento, registro e consolidação contínua** dos resultados alcançados, permitindo uma avaliação de processo, que orientou estratégias e ajustes.
5. Aproveitamento dos **fluxos** de encontros e ações coletivas **já existentes**.
6. Atuação nos territórios por meio das lideranças comunitárias, conferindo legitimidade e confiabilidade, além de agilidade ao processo de disseminação da informação.

Recomendações

Considerando:

1. Os objetivos da mobilização social e instalação dos kits com foco na inclusão e garantia de direitos:

Equipes contratadas / Geração de Renda. A formalização do processo de contratação para garantia dos direitos trabalhistas de cada colaborador assegurados através das contratações MEI – microempreendedor individual e RPA – Rubrica de Pagamentos de Autônomos.

Articulação em Rede. Processo de articulação em rede através do poder público, iniciativa privada, meios de comunicação e sociedade se viu organizada se faz necessário para credibilidade e eficácia na execução das ações durante o projeto.

Ações diretas com o público.

- Informação da data do desligamento e o que é necessário para a migração do sinal.
- Divulgação dos canais de atendimento da Seja Digital e orientação do acesso.
- Orientação sobre a retirada do kit conversor os inscritos nos programas sociais do Governo Federal e para os não inscritos, informações sobre o que fazer.
- Divulgação, engajamento e orientação às pessoas nos projetos da mobilização social.
- Orientação e auxílio à população para a instalação dos kits conversores por meio da equipe contratada.

O perfil do público de alcance direto da mobilização - famílias de menor renda com TVs que ainda não estão preparadas para receber o sinal de TV digital, com especial atenção a idosos, pessoas com deficiência e outro grupo vulnerável que possa enfrentar dificuldades para receber o sinal de TV digital em seu domicílio.

2. Bem como as características dos territórios/locais onde se encontram.

Recomenda-se:

- Que todos os envolvidos tenham as informações corretas e completas acerca da Campanha de desligamento, portanto, a preparação contínua das equipes é de fundamental importância.

- Nas comunicações de campo, é importante haver reforço sobre informações essenciais como data desligamento, canais de atendimento, localização dos CRAS. E para tanto, sugere-se a utilização de recursos de comunicação comunitária.
- Dúvidas relevantes de campo são insumos essenciais para as campanhas de comunicação, portanto, é fundamental haver registro dessas dúvidas, e diálogos permanentes entre as equipes da mobilização social e a área da comunicação da seja Digital.
- O tempo de duração da campanha é relativamente curto, portanto, o encaminhamento das diversas demandas deve ser sempre imediato, com respostas rápidas.

7- RELAÇÃO DE ANEXOS

Segue anexo ao relatório (como arquivo zipado) um conjunto de documentos criados no âmbito do trabalho que deram suporte à implementação das ações apresentadas.

Relatório Fotográfico. <https://drive.google.com/open?id=197VoZ-tYbwY5VKITgrJiPJ5zdrGS3iYX>

Formulário de Cadastramento. <https://drive.google.com/open?id=1kLCTs0F45n-Ds86T0bYrMAdtNea6-ZS5>

Formulário de Instalação. https://drive.google.com/open?id=1RP4obzsGKnyNU4-3vsLJ_SqdSI0g9YA

Contratos prestação serviços equipe. <https://drive.google.com/open?id=1tBlb4kzP1uo75fim-OiKrqfkVn CpJmZa>