

O AGRESTE PERNAMBUCANO NA ERA DA TV DIGITAL:

**CARUARU, BEZERROS E SÃO CAETANO
DE MÃOS DADAS EM CONEXÃO COM AS
PESSOAS.**

Uma experiência de
Julho a Dezembro 2018



SEJA DIGITAL REGIONAL CARUARU



GERENTE REGIONAL DA SEJA DIGITAL EM CARUARU

Neilza Alves Buarque Costa
Assistente social

ONG ECOS

COORDENAÇÃO DE MOBILIZAÇÃO

Rafaela Pontes
Socióloga

MOBILIZADORA SOCIAL

Elenilda Melo
Pedagoga

MOBILIZADOR SOCIAL

Edmilson Cursino dos Santos Júnior
Mestrando em Gestão da Saúde

COORDENADOR DE EVENTOS

Luiz Otávio Machado
Sociólogo

ASSISTENTE ADMINISTRATIVO

Diego Deó
Administração de Empresas

AUXILIAR ADMINISTRATIVO

Advanice Adrieli
Administração de Empresas

COLABORAÇÃO NO CONTEÚDO DO RELATÓRIO

Relatório final da **ONG ECOS**
Relatório da **Latina PR- assessoria de imprensa**

REDAÇÃO

Neilza Alves Buarque Costa



SUMÁRIO

Introdução	05
Ativação da Rede para inclusão social e Digital no processo de digitalização da TV aberta na regional Caruaru: um passo para a garantia de direitos	06
Ações estratégicas para a mobilização: uma imersão nas comunidades	09
Quadro resumo	16
Considerações finais	17

*“CADA UM DE NÓS É UMA ESPÉCIE DE ENCRUZILHADA ONDE
ACONTECEM COISAS”*

LÉVI-STRAUSS

INTRODUÇÃO



Depois da digitalização da TV aberta na Região Metropolitana do Recife, em 2017, chegou a hora do agreste pernambucano, na região de Caruaru, Bezerros e São Caetano. No dia 17 de dezembro, o sinal da TV analógica foi totalmente desligado, marcando a era da TV digital na região. Mais de 430 mil pessoas agora usufruem de uma melhor qualidade na transmissão do sinal de TV com maior interatividade, mobilidade e inclusão social.

A Seja Digital, entidade não governamental responsável pela digitalização da TV aberta no Brasil, realizou um trabalho de mobilização social com fins a engajar toda a população local para a conversão de seus televisores. Para tanto, realizou a ativação das redes locais, a saber: prefeituras municipais, organizações sociais comunitárias, igrejas, emissoras de televisão, rádios e voluntários. Todos foram envolvidos nesse projeto de inclusão digital sob a missão de “não deixar ninguém para trás”.

O desafio mais importante foi elevar o nível de digitalização na região. Partimos de 62% e tínhamos que caminhar aos 90% até a data prevista de desligamento. Para isso, chegar às áreas rurais era fundamental. Só em Caruaru, município de abrangência de mais de 70% do projeto, há mais de 52 mil pessoas residentes em áreas de sítio e vilarejos. Além de manter o engajamento e a motivação dos voluntários em período eleitoral.

Porém, as conquistas foram diversas, mais de 85 mil famílias acessaram o kit digital gratuito, todas beneficiárias dos programas sociais, inclusas no Cadastro Único. Para tamanho engajamento foram realizadas campanhas publicitárias, inserção em mídias e ações comunitárias.

No total, foram 125 entrevistas entre rádios, TVs e Jornais; 369 ações de abordagem comunitária com ênfase em espaços públicos, como abrigos, central de bolsas, CRAS, escolas públicas, associações de bairro, centros religiosos, mutirões porta a porta, caravanas nos bairros, entre outras; e mais de 979 horas de carros de som, levando a informação ainda mais perto das comunidades.

Foram realizadas 17.592 instalações dos kits digitais gratuitamente, nas residências das populações beneficiárias, o que representou 20,42% do total de kits iniciais para distribuição. Foram mais de 180 fornecedores envolvidos direta e indiretamente, aquecendo o mercado local. Geramos renda direta para 88 trabalhadores e trabalhadoras no processo de mobilização local. Mais de 6.500 mil itens foram vendidos no Feirão Digital.

O engajamento de todos e todas emplacaram o sucesso no processo de digitalização da Regional Caruru. Demos um salto de 62% para 88% de digitalização na região, um avanço de 26% no período. Isso nos propiciou realizar o desligamento gradual no período de 05 a 17/12. A sinergia entre todos os envolvidos garantiu direitos sociais, inclusão digital e a transformação da TV.

Juntos fizemos história!

A todos e todas que contribuíram para o sucesso deste trabalho, o nosso genuíno agradecimento!

1

ATIVACÃO DA REDE PARA A INCLUSÃO SOCIAL E DIGITAL NO PROCESSO DE DIGITALIZAÇÃO DA TV ABERTA NA REGIONAL CARUARU: UM PASSO PARA A GARANTIA DE DIREITOS

A regional Caruaru é composta pelos municípios de Caruaru, Bezerros e São Caetano, este aglomerado comporta uma população de 444,2 mil habitantes, 52.393 destes residem em área rural (IBGE/2010). Com 155,5 mil domicílios, dos quais 75% formados pelas classes sociais econômicas C2, D e E, Cujos 27% não usufruíam de nenhum benefício social (BOOK-EAD: 2018).

Na pesquisa de 90 dias, realizada pelo Ibope Inteligência para aferir o nível de digitalização na regional, obteve-se o índice considerado muito baixo de apenas 62%. O critério do GIRED considera como mínimo o percentual de 90% para a realização do desligamento do sinal analógico (Pesquisa 90 dias).

“

A “rede social pode ser definida como um sistema auto-organizante, fundamentalmente descentralizado, a qual opera sem hierarquia, sem organizadores, sem um líder condutor. Além disso, a rede abrange o conjunto daqueles que interatuam com o indivíduo em seu contexto social cotidiano, e que são, a princípio, acessíveis de maneira direta e indireta ao contato personalizado e, até mesmo, a uma reunião convocatória de rede ou outra intervenção semelhante” (Mattioni, 2010).

”



O desafio residiu em chegar a todos os bairros das áreas urbanas e rurais de maneira que todos tivessem acesso à informação. Elevar a digitalização em 28% na região configurou uma tarefa árdua, sobretudo no prazo de apenas 90 dias. O redesenho das ações estratégicas se fazia urgente. Para tanto, a força da rede local foi imprescindível.

Para ser desenvolvido com êxito num território, um projeto social precisa levar em consideração todos os interessados e, desta maneira, fortalecer os laços com a rede local, num trabalho cooperativo, centrado a uma causa comum. Este foi o mote central para o desenvolvimento do trabalho.

IBGE: <https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=210&uf=26>

Artigo: Marttioni. F.C. Dissertação de mestrado: As redes sociais no fortalecimento da ação comunitária: possibilidade e desafios para a promoção a saúde. Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca. FIOCRUZ. 2010

ALIADOS ENGAJADOS NA MISSÃO



- **As prefeituras municipais** configuraram o caminho inicial para chegar ao máximo de municípios possível em cada município. Coadunar esforços através das secretarias de assistência social e educação foi um imperativo.
- **Nas secretarias**, correlatas à assistência social, foram realizados atendimentos e agendamentos aos usuários nos CRAS, CREAS e na Central de Bolsas.
- **Nas Secretarias de Educação**, foram realizadas atividades recreativas com os alunos do Ensino Fundamental I e II, nas quais a informação essencial foi transmitida de maneira lúdica. Foram distribuídos panfletos e os familiares foram convidados a assistir às apresentações oportunizando o agendamento ativo.
- **Centros religiosos** - a arquidiocese da Igreja Católica em Caruaru foi convidada a envolver toda a comunidade católica nesse trabalho. Seja cedendo espaços durante as missas e eventos para a realização de ações dos PDAs itinerantes, seja na divulgação da informação. O mesmo aconteceu em centros de candomblé na cidade de Caruaru.
- **Organizações Sociais Comunitárias** - as lideranças comunitárias foram envolvidas no projeto de forma a facilitar o acesso fluido às comunidades. Ganhou-se assim maior agilidade e credibilidade diante das comunidades, o que forneceu maior adesão da população às ações promovidas.
- **Emissoras de televisão** - o envolvimento foi crucial para a expansão da campanha. A divulgação massiva e intensa garantiu a socialização da informação de forma a exauri-la. Certamente, isso fez com que o processo ganhasse a credibilidade adequada no prazo determinado.
- **Rádios** - esse meio de comunicação tem grande credibilidade e audiência. As entrevistas, debates e retirada de dúvidas ao vivo com a população foram igualmente fundamentais para a massificação da informação nas populações de interesse.
- **Voluntários** - essa rede é uma das mais ativas e fartas no que concerne à disseminação da informação. São pessoas comuns que se engajaram e se uniram à causa. Apoiaram a disseminação da informação, na força de trabalho nos eventos comunitários, em suas casas como PDAs, ou apoiando seus parentes e vizinhos na instalação do seu kit conversor, essa forma de atuação também contribuiu fortemente com o processo.

ALIADOS ENGAJADOS NA MISSÃO

Sem a ativação da rede acima mencionada não teria sido possível realizar todo o avanço durante o desenvolvimento do projeto, o qual culminou na meta necessária ao desligamento gradual do sinal da tv analógica. O trabalho teve início em 5/12 e foi concluído em 17/12. Sem dúvida, o entrelaçar dos interesses de diversos atores sociais e políticos garantiu o direito à inclusão digital de toda a população.



“A associação de moradores do bairro das Rendeiras sente-se contemplada pelo trabalho e sucesso alcançado nessa articulação integrada, associação, comunidade e a Seja Digital. Acreditamos que atingimos nosso objetivo: a maioria dos moradores do bairro e adjacências, bairros vizinhos, vieram e conseguiram se inscrever e foram contemplados. Temos essa convicção de que atingimos o objetivo pela associação, pela empresa e pela comunidade”.

Sr. Roberto Gersino (Presidente da associação do bairro Rendeiras)



2

AÇÕES ESTRATÉGICAS PARA A MOBILIZAÇÃO: UMA IMERSÃO NAS COMUNIDADES

Debruçar-se sobre o território é condição básica para o desenvolvimento de um projeto de mobilização social. Entender seu fluxo e dinâmica é compreender as formas que podem impactar na transmissão da mensagem e a forma de reação da população. A utilização de uma linguagem regionalizada e a identificação de seus pares como mensageiros são cruciais para o sucesso do que se planeja.

Para tal, as estratégias têm que dialogar com os indivíduos e toda a rede local. Nesse sentido, a adaptação dos projetos institucionais e o desenvolvimento de projetos locais muitas vezes são necessários. A seguir, demonstraremos as etapas e os projetos desenvolvidos.





SENSIBILIZAR

Com duração de três meses (setembro-novembro), foram realizadas ações com as quais se objetivou estimular a população a proceder ao agendamento e à retirada do seu kit digital. Seguem as principais atividades:

- **Caravana da TV digital nas Escolas:**
Foram **30 escolas** públicas municipais visitadas com atividades lúdicas para crianças e adolescentes durante o horário de intervalo/recreio. Foram **14 mil alunos** impactados com as ações e vários agendamentos realizados diretamente com os familiares.
- **Caravana da TV digital nos municípios:**
Foram **53 caravanas** realizadas nos três municípios. Com um total de **15.900 atendimentos**.
- **Comunicação comunitária:**
Foram **979 horas de carros de som**, que circularam em diversos bairros das cidades com informações de divulgação de serviços e o número do call center.



““O trabalho em parceria com a Prefeitura de Caruaru, através de diversas de suas secretarias de desenvolvimento social e educação, conseguiu sensibilizar nossa população pra esse momento novo que vamos ter em nossa cidade. Caruaru agora é digital, e agora mais de 60 mil pessoas receberam através das mãos da Seja Digital o kit que vai permitir que eles continuem assistindo a toda a programação, agora pela TV digital”.

(Raquel Lyra - Prefeita de Caruaru)





- **Ações de trade:**

Essa ação resultou em **580 lojas adesivadas** e com informações para divulgação aos usuários. Objetivou-se ampliar a base de divulgação da campanha, mas também, estimular a compra de produtos por parte do usuário que não tinha o direito a receber o kit digital gratuitamente.

- **Ações na arquidiocese da Igreja Católica em Caruaru:**

Foram **48 igrejas** colaboradoras na divulgação da informação da campanha no final das missas, na abertura do calendário de reuniões das pastorais e eventos para realização de agendamentos ativos a comunidade católica.

- **Terreiros do Candomblé:**

02 comunidades afro abriram suas portas para receber a Seja Digital, com vistas a obter informações acerca da campanha para divulgação entre seus fiéis.





AGENDAR

Em forma de busca ativa, a Seja Digital esteve em espaços públicos de grande circulação: feiras públicas, porta a porta, mutirões nas comunidades, criação de PDA (pontos de atendimento) nos CRAS, e itinerantes, além da participação nos eventos das emissoras e rádios. Abaixo, em destaque, estão os eventos de maior relevância:

- Ponto de Aconselhamento: **38 pontos de aconselhamento** foram implementados em CRAS e residências de voluntários em todos os três municípios. Total de mais de **20 mil atendimentos**.
- Mutirões: foram realizadas **219 ações em praças públicas**, eventos comunitários e porta a porta. As parcerias firmadas com associação de bairro, centros religiosos, emissoras de televisão, rádios, e prefeituras, apoiaram no sucesso das ações. Contamos a participação de **233 voluntários** durante todo o trabalho, que dedicaram **10.276 horas** em prestação de serviço nas ações. No total de mais de **15 mil atendimentos**.





DISTRIBUIR

Foi realizada a distribuição de kits digitais para entidades de interesse público, além de ações promocionais em rádios e emissoras de televisão, a saber:

- TV Jornal do Comercio (afiliada SBT) durante as Caravanas do programa “O povo na TV” foram sorteados **250 kits** digitais. Mais 4 kits nas residências de personagens para cobertura televisiva referente a instalação.
 - Radio 104 FM de Bezerros – durante a programação semanal de entrevistas foram realizados sorteios de **30 kits digitais**. Além de sete ações comunitárias, com cobertura da rádio, em evento com distribuição de **80 kits digitais** para famílias de baixa renda, sem direito a receber o kit gratuito, em área rural do município de Bezerros.
 - TV Asa Branca (afiliada da Rede Globo): **100 kits**, sendo 50 deles para ação com funcionário sem programas sociais, que ganham até 3 salários mínimos. Mais 50 para ações de cunho comunitário.
 - Rádio Caruaru FM: sorteio de **10 kits** digitais para os ouvintes da rádio
 - TV Perfeita: **242 entidades** foram atendidas nos três municípios. Com total de **386 kits digitais**.
 - ONG ECOS: **334 kits** digitais foram distribuídos entre voluntários e entidades parceiras nas comunidades.
 - Feirão Digital: em parceria com a TV Asa Branca foi realizado durante o final de semana de 16,17 e 18/11. Objetivou-se vender itens apropriados para a digitalização e TVs para a população que não possuía direito a receber o kit digital gratuito. Foram vendidos um total de **6.580 itens**, entre TVs, conversores e antenas.
 - Hospitais e outras entidades do estado: **10 kits** digitais foram doados.
- Desta maneira, a Regional Caruaru distribuiu entre os três municípios um total de **1.120 kits digitais**.



INSTALAR

A última etapa do processo, a instalação gratuita dos kits nos domicílios, tratou-se de uma condição primordial para encerramento do ciclo. Houve duas ações: os mutirões com profissionais contratados nas comunidades e a Patrulha Digital, conforme descrição a seguir:

- Mutirões de Instalação: 52 dias percorrendo os bairros das três cidades, com maior ênfase na cidade de Caruaru, nossa maior base territorial. Foram 32.351 domicílios visitados. E 17.427 instalações realizadas, o que representou 20,42% dos 85.331 kits inicialmente previstos para distribuição.

- Patrulha Digital: Em parceria com a TV Asa Branca e o SENAI, realizou-se 11 ações, com alunos do SENAI e instaladores da ONG ECOS, que tiveram como principal objetivo de realizar as instalações nas comunidades e dar orientações à população. Do ponto de vista educacional, foi importante para a disseminação das informações sobre a recepção do sinal digital. Foram realizadas 165 instalações.





INSTALAR

Campanha da Instalação Premiada

12 vales-compra no valor de R\$2.000 cada, foram sorteados até a data prevista para o desligamento, em 05 de dezembro de 2018. Essa campanha nacional visou incentivar a instalação imediata do kit pelos usuários dos programas sociais do Governo Federal. Para participar bastava apenas instalar seu kit digital e, ao final do procedimento, gerava-se um código de cinco dígitos que deveria ser informado no call center 147 ou no site sejadigital.com.br para participar do sorteio. A regional Caruaru teve um dos maiores índices de adesão à campanha: 38,2% do total de entregas.

Total geral de instalações gratuitas: **17.592**

Total de adesão a instalação premiada: **31.074**



“A gente chegava na casa das pessoas para fazer a instalação, chega a gente via os brilhos nos olhos das pessoas, da alegria de elas poderem continuar assistindo seu canal digital”.

(Fabiane – supervisora de instalação)



Geração de Renda

A valorização da mão de obra local para o desenvolvimento do trabalho é uma prioridade para a Seja Digital. A atenção e o conhecimento de área é primordial, pois são facilitadores na comunicação e na mobilização local. Além de dar maior credibilidade ao processo, ganhou-se agilidade e fortalecimento da economia local. Em síntese, de forma direta, foram contratados:

Via ONG ECOS: equipes de mobilizadores, instaladores, coordenadores, supervisores, assistentes e auxiliar administrativo, um total de 88 pessoas diretamente e 92 pessoas indiretamente, via contratação dos fornecedores. Um total estimado de **180 pessoas**.

QUADRO RESUMO COM AS PRINCIPAIS INDICADORES E RESULTADOS:

AÇÃO	RESULTADO
Caravanas da TV digital nas Escolas	30 escolas públicas - 14 mil crianças e adolescentes impactados
Caravana da TV digital nos 3 municípios	53 caravanas - 15.900 atendimentos
Horas de comunicação comunitária	979 horas de carro de som
Ações de trade - lojas positivadas	580 lojas sinalizadas
Vendas do Feirão Digital	6.580 itens vendidos
Busca ativa (mutirões porta a porta, praças públicas e eventos)	219 ações e 20 mil atendimentos
Centros religiosos envolvidos	50 centros religiosos engajados *2 terreiros do candomblé e 48 igrejas da arquidiocese de Caruaru.
Instalações e visitas realizadas	17.592 instalações e 32.351 visitas em domicílios
Voluntários engajados	233 voluntários
PDA's instalados	38 pontos de atendimento
% de adesão da instalação premiada e vale compras entregues	38,2% do total de kits distribuídos e 12 vale compras entregues
Kits distribuídos a entidades	1.120 kits digitais

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada território guarda em si suas particularidades. Sua cultura e práticas políticas demarcam sua identidade. Portanto, denotam sua maneira de se relacionar e de se comunicar. Respeitar esses caminhos, suas liberdades e manter o respeito à diversidade é mergulhar em seu cotidiano.

Para tanto, desenhar e redirecionar ações estratégicas durante o processo de implementação foi importante junto a todos os envolvidos. A ativação da rede local composta por vários aliados foi fundamental para manter uma cobertura em todos os municípios, com vistas a “não deixar ninguém para trás”. A união estratégica com prefeituras, igrejas, organizações sociais comunitárias, assessoria de imprensa, emissoras de televisão, rádios, voluntários e todos os fornecedores foi condição essencial para se atingir a meta almejada.

Assim como o suporte do escritório nacional da Seja Digital (corporativo), em seus diversos setores: pesquisa, compras, gestão de pessoas, PMO, comunicação, financeiro, gerência regional, entre outros.

Como numa ciranda, todos estiveram de mãos dadas, cadenciados numa mesma energia, seguindo juntos num mesmo objetivo. Estar sob a mesma missão e compromisso social foi o segredo do sucesso.

A todos os envolvidos no projeto: nossa gratidão! Graças a vocês, Caruaru, Bezerros e São Caetano agora são digitais!

