



# RONDONÓPOLIS É DIGITAL

RELATÓRIO FINAL DA EQUIPE DE MOBILIZAÇÃO

**Seja:Digital**

EAD - Criada conforme determinação da ANATEL

ASSOCIAÇÃO ADMINISTRADORA DO PROCESSO  
DE REDISTRIBUIÇÃO E DIGITALIZAÇÃO DE CANAIS  
DE TV E RTV.

# SUMÁRIO



**EXPEDIENTE, 4**  
**APRESENTAÇÃO, 6**  
**NOSSA EQUIPE, 8**  
**NOSSO TERRITÓRIO DE ATUAÇÃO, 12**  
**NOSSAS ESTRATÉGIAS PARA DIGITALIZAÇÃO, 18**  
**A VOZ DA CAMPANHA, 36**  
**NOSSAS CONCLUSÕES, 42**



# EXPEDIENTE



**ORGANIZAÇÃO E TEXTOS: CAYRON HENRIQUE FRAGA**  
**DESIGN GRÁFICO, CAPA E EDITORAÇÃO: ESTÚDIO ANADARCO**  
**REVISÃO TEXTUAL: ESTÚDIO ANADARCO**  
**FOTOS: ARQUIVO DE CAMPANHA /ALESSANDO GARDIN**  
**ONG MOBILIZADORA: ASSOCIAÇÃO KOBLENZ BRASIL- KOBRA**  
**AGÊNCIA DE EVENTOS: CIA DE IDEIAS**  
**ASSESSORIA DE IMPRENSA: FACTUAL COMUNICAÇÃO - ÉRIK VALERIANO**





# APRESENTAÇÃO

A **Seja Digital** é uma entidade, sem fins lucrativos, criada por determinação da ANATEL, responsável por operacionalizar a migração do sinal analógico para o sinal digital da televisão aberta no Brasil. Entre as suas atribuições está comunicar o desligamento do sinal analógico e distribuir kits gratuitos para beneficiários de programas sociais.

Como se sabe, a televisão é um dos meios de comunicação mais populares, mesmo com a ampliação de novas e diversificadas mídias. A conscientização da população para essa importante mudança, que passa por uma melhoria das imagens e sons recebidos, amplia a ação para uma forma de inclusão sociodigital.

As ações em Rondonópolis tiveram início em agosto de 2018 e foram bastante exitosas: mais de 120 entrevistas orientando, divulgando, conscientizando e preparando a população para o desligamento do sinal analógico; ações em bairros e escolas; parcerias com setores público e privado; enfim, ações que resultaram na distribuição de mais de 26.800 kits gratuitos!

Para atingir esse número a equipe local foi composta por 1 gerente regional, 1 ONG com um coordenador, 3 supervisoras, 15 mobilizadores, e uma empresa de eventos que, juntos, articularam o trabalho em mais de 40 profissionais empenhados na promoção da cidadania dos moradores de Rondonópolis, do direito à informação e ao entretenimento que a televisão proporciona.

A contratação da **Associação Koblenz Brasil (KOBRA)** e da empresa **CIA de Ideias** para a execução da

campanha de mobilização social foi de grande importância, assim como a assinatura do **Termo de Cooperação** entre a Prefeitura Municipal de Rondonópolis, que permitiram planejar as estratégias de ação.

Para organizar, mobilizar as pessoas e profissionais nas várias ações desenvolvidas como os **35 Mutirões de Agendamento**, as **09 Caravanas Digitais** e **visitas em 78 bairros**, dedicamos uma atenção especial na comunicação entre as pessoas e com as pessoas, seja na **participação ao vivo** nos telejornais de emissoras locais, seja no **porta a porta** de mobilizadores.

As ações da Regional Rondonópolis seguiram 04 princípios que permeavam mais de uma atividade: **sensibilização**, por meio de inserções nos canais locais de televisão aberta, **rádios e internet**; **agendamento** dos beneficiários para a retirada dos kits, em uma parceria com setores do poder público e outras associações. A **distribuição** foi planejada tendo em mente locais de maior mobilidade e acesso. Um conjunto de ações e pessoas dedicados à **instalação**, garantiram a assertividade de todas as etapas anteriores.



# **NOSSA EQUIPE**



A **Regional de Rondonópolis** foi integrada por uma **rica diversidade de pessoas**, como jovens estudantes universitários, mães e pais de família, com uma também rica **diversidade de formações**: jornalistas, psicólogos, assistente social, técnicos financeiros, comunicadores, entre outros. Tivemos também uma variedade de entidades, parceiros e apoiadores ao longo da campanha.

Foi essa riqueza e colaboração entre todos que garantiram o bom relacionamento, mesmo nos momentos de desafio. Conheça um pouco melhor quem vestiu a camisa da **Seja Digital** em Rondonópolis:

#### **CAYRON HENRIQUE FRAGA**

*Gerente Regional (Seja Digital)*

**Formação:** Jornalista, professor e mestre em Educação. Tem experiência em gestão pública, coordenação de projetos sociais, além de atuação na área de comunicação social.

#### **LUIZ HENRIQUE BLATT**

*Coordenador de projeto (ONG)*

**Formação:** Ensino superior em Logística. É membro do Rotary Internacional, CDL (CDL jovem) e ACIR (Projeto Núcleo Jovem empreendedor).

#### **ROSA MARIA SURUBI DA SILVA**

*Supervisora de Mobilização Social (ONG)*

**Formação:** Assistente Social, especialista em Gestão do Sistema Único de Assistência Social - SUAS. Tem experiência na área de Assistência Social, atuando no Centro de Referência de Assistência Social - Cras Ana Carla Rondonópolis/MT.

#### **RAYANY MAYARA DAL PRÁ**

*Supervisora de Mobilização Social (ONG)*

**Formação:** Psicóloga, professora e mestra em Educação. Tem experiência profissional como docente em universidade pública e em projetos sociais.

#### **VEJUSE ALENCAR DE OLIVEIRA**

*Gerente Regional (Seja Digital)*

**Formação:** Assistente Social, Doutora em Turismo e Lazer, atuou em outras Regionais da Seja Digital.

#### **VIVIANE DA SILVA MARTINS ARRUDA**

*Técnico Administrativo Financeiro*

**Formação:** Graduada em Pedagogia. Tem experiência profissional como gerente administrativo, desenvolvendo trabalho no setor de compras, atendimento ao cliente, telemarketing, emissão de Nota fiscal, lançamentos SPEED, emissão de faturas e boletos.

Prestadores de Serviços  
ONG KOBRA - Mobilização Social  
CIA DE IDEIAS - Agência de Eventos  
FACTUAL COMUNICAÇÃO - Assessoria de Imprensa  
AG8 - Produtora de vídeo  
ESCRITÓRIO LOCAL  
Máxima Office Coworking  
Edgar Armond, 237 - Sagrada Família - Rondonópolis / MT





Léia  
Mobilizadora Social



Pâmela  
Mobilizadora Social



Elen  
Mobilizadora Social



Emyli  
Mobilizadora Social



Maria Aparecida  
Mobilizadora Social



Jaciane  
Mobilizadora Social



Fernando  
Mobilizador Social



Rafaela  
Mobilizadora Social



Aline  
Mobilizadora Social



Solange  
Mobilizadora Social



Ronam  
Mobilizador Social



Joyce  
Mobilizadora Social



Daniel  
Mobilizador Social



Jéssica  
Mobilizadora Social



Sidnei  
Supervisor de Instalação

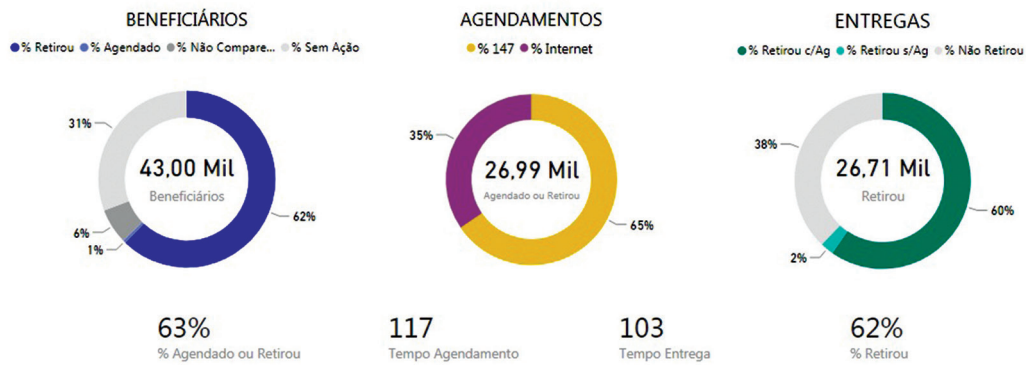


## **NOSSO TERRITÓRIO DE ATUAÇÃO: localidades, áreas prioritárias, público e famílias atendidas**

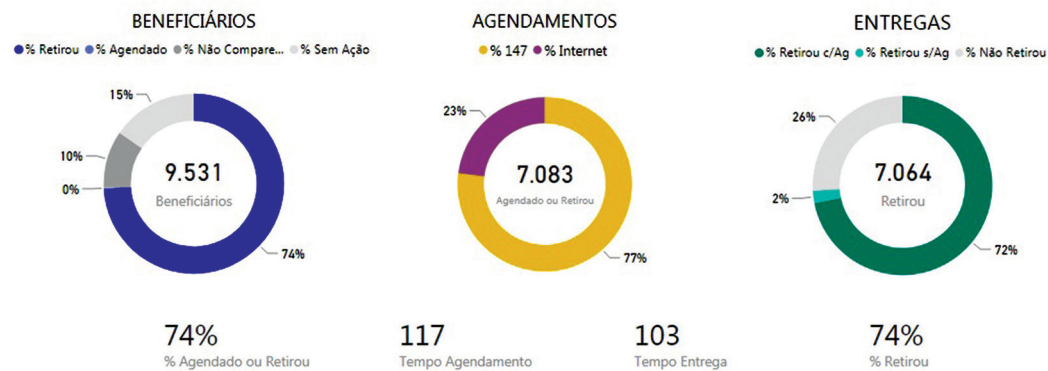
A **Regional Rondonópolis** atendeu uma região, composta pela cidade de Rondonópolis, situada a sudeste do estado de Mato Grosso. A cidade é a terceira maior no estado, com mais de **215 mil** moradores em aproximadamente **78,4 mil** domicílios. A cidade conta, ainda, com uma área rural e o território indígena Tadarimana, da etnia Boróro.

# Dados gerais sobre Beneficiários e Kits

Subcluster: Blumenau SC | Caruaru PE | Imperatriz MA | Jaraguá do Sul SC | Joinville SC | Juiz de Fora MG | Região de Santa Maria | Localidade: Não classificado | 12/12/2018 02:23 | Data de Atualização



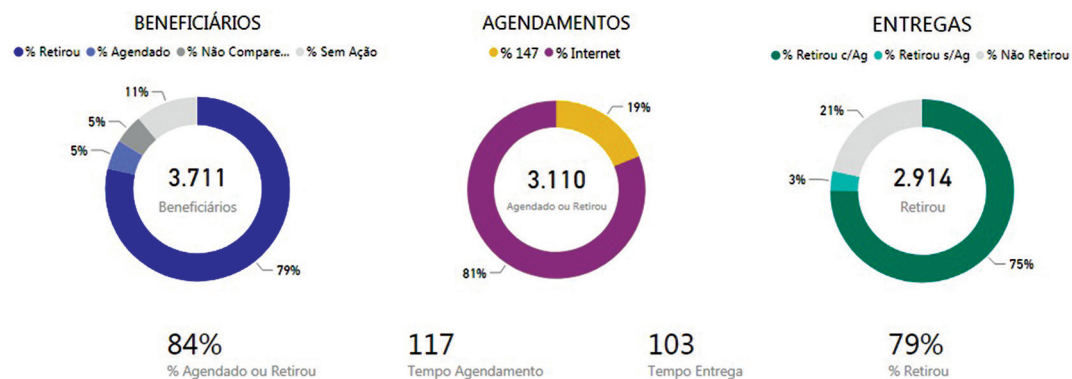
# Dados Gerais Bolsa Família



# Dados Gerais Demais Programas Sociais



# Dados Gerais Outros Beneficiários



As atividades tiveram início no mês de agosto e o desligamento do sinal analógico de televisão ocorreu entre os dias 05 e 17 de dezembro de 2018. Foram disponibilizados 43 mil kits gratuitos dos quais **26,99 mil** foram agendados e **26,71** distribuídos, atingindo um total de **62%** de distribuição.





A Regional Rondonópolis é composta por 24% dos domicílios pertencentes às classes AB, 19% à classe C1 e 57% às classes C2, D, E, que são beneficiários de **programas sociais do governo federal**. 21% dos domicílios das classes C2, D e E não são atendidos por programas ou demais serviços sociais. Tais números, em comparação com os dados nacionais, apresentam uma variação pequena, na casa dos 2,5%.

Dos mais de 78 mil domicílios da cidade, 55% não são atendidos por Programas Sociais, 11% são beneficiários do Bolsa Família e 34% dos demais programas sociais. Nesse aspecto, a **Regional Rondonópolis** apresentou uma diferença acentuada entre os beneficiários do Bolsa Família, em relação aos números nacionais, na ordem de 12% a menos de domicílios atendidos pelo programa (23% nacional), que é o mais conhecido entre a população.

Isso exigiu que planejássemos estratégias diversificadas para a mobilização, atingindo ainda os públicos jovens (a cidade de Rondonópolis é um polo universitário regional importante), idosos e outros grupos de cidadãos atendidos pelas duas dezenas de programas que compunha o universo de beneficiários.

O público alvo privilegiado de nossas ações foram as classes C2, D e E, porém, diferentes estratégias foram direcionadas aos diferentes grupos. As **informações disponibilizadas** pela **Seja Digital**, através do Mapa de Calor, indicando a concentração de domicílios ainda analógicos, permitiu pensar e organizar as ações para a digitalização do sinal.

As classes A e B foram contempladas com informações sobre a mudança do sinal analógico para digital e seus benefícios, a data de desligamento e a campanha sobre a busca de canais, através das **inserções, entrevistas, links ao vivo nos canais de televisão e rádio locais**.







As classes C foram os grupos privilegiados em **feirões de venda de kits, conversores e antenas digitais** através de parcerias com o comércio lojista local e apoio de instituições do segmento.

As classes D e E foram atendidas através dos **Mutirões e Caravanas** de Agendamentos, realizados nos bairros de maior concentração de sinal analógico e beneficiários de programas sociais.



# **NOSSAS ESTRATÉGIAS PARA A DIGITALIZAÇÃO**

Para atingirmos os objetivos da digitalização do sinal de televisão, tivemos como princípio de todas ações, estabelecer canais e meios para uma **boa comunicação com as pessoas e entre as pessoas**. Para isso entendemos que além de um processo técnico de digitalização, a ação atingiu milhares de moradores, crianças, jovens, idosos, promovendo a **cidadania**.

Organizamos as ações decorrentes, nos seguintes Princípios e Estratégias:



### PRINCÍPIOS

- **Gestão democrática, com colaboração da Seja Digital, instituições e equipe mobilizadora.**
- **Promover o diálogo** com as pessoas, através dos canais de comunicação, e entre as pessoas, através das ações de mobilização social.
- **Otimização** de recursos humanos, materiais e financeiros;
- **Respeito** às características socioculturais dos públicos envolvidos, dentre eles os mais vulneráveis: idosos, pessoas com deficiência e de baixa renda (C2, D e E).

### ESTRATÉGIAS

- \***Estabelecer parcerias e acordos de colaboração com os setores público (CRAS) e privado (lojistas), mobilizando locais e instituições que atendem ao público alvo da campanha (C2, D e E).**
- **Dialogar com a imprensa local e através desses espaços, dialogar com a comunidade para a necessidade e o direito à digitalização.**
- **Atuação junto às Associações e lideranças de bairro, escolas, comércio local em ações de mobilização em praças, locais de grande circulação e entidades.**



**NOSSAS AÇÕES**







## AÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO

Foram aquelas que o foco era a **comunicação** sobre o processo de digitalização para todos os públicos. Entre elas uso de **busdoor**, **outdoor**, **aluguel social**, **blitz digital**, **entrevistas**, para divulgação do desligamento do sinal analógico e aquisição de kits para a digitalização.









## KIT GRATUITO PARA A TV DIGITAL



**ATENÇÃO!**  
Muitas famílias  
podem receber o  
kit gratuito pra  
TV Digital.  
**Confira aqui!**



### **AÇÕES DE AGENDAMENTO**

Foram aquelas ações que permitiram aos beneficiários agendar nos PDA's (Pontos de Agendamento) a retirada de seu kit digital gratuito.



Realizamos dezenas de ações como Mutirões e Caravanas Digital, visitas nos **bairros, praças, centros comunitários, escolas e universidade** com os PDA's móveis e também ações nos PDA's fixos localizados nos 06 **Centros de Referência de Assistência Social (CRAS)** do município.

As visitas **porta a porta** atenderam os bairros prioritários, onde os domicílios estavam na maioria ainda analógicos ou com maior concentração de beneficiários.





## AÇÕES DE DISTRIBUIÇÃO

São as ações destinadas a distribuição dos kits, quando beneficiário ou aquisição de kits na rede varejista.

Para a retirada gratuita dos kits de digitalização, foram organizados dois **Pontos de Retirada** (PDR's) na região central da cidade e próximos a avenidas de grande circulação. Os atendimentos aconteceram das 8h às 17h, horário de maior concentração de atividade comercial na cidade, já que Rondonópolis está a uma hora a menos de Brasília.

Para as pessoas que não são beneficiárias, organizamos dois dias de **Feirão Digital**, com participação de grandes lojas locais: ShopLince (2 lojas), Opção Informática e Eletrônica Silva, que disponibilizaram **a venda do kit, conversor e antena digital a preços mais acessíveis.**

Ao longo da campanha também foram realizadas doações de aproximadamente **70 kits** de digitalização para entidades sem fins lucrativos e órgãos públicos, como o Lar dos Idosos Rondonópolis, Casa Abrigo (atendimento à crianças) e os 06 Centros de Referência de Assistência Social (CRAS).







## AÇÕES DE INSTALAÇÃO

Foi contratado um grupo de **prestadores de serviço** (antenas) para instalar os kits nos domicílios de pessoas que, beneficiários ou não, tinham dificuldades com os **procedimentos técnicos** para efetivar a digitalização de seus televisores.

Os **profissionais** receberam treinamento, uniforme, identificação e **um kit ferramentas**.



SONGO





## INSTALAÇÃO PREMIADA

Para motivar a aquisição do kit e sua instalação, a **Seja Digital** organizou 05 sorteios de R\$2000,00 premiando os beneficiários que conseguiram gerar o código de instalação e se inscrever nos canais de comunicação (site e disque 147).

As premiações foram entregues em **programas locais de televisão** divulgando, ainda mais, as ações da **Seja Digital** em Rondonópolis.



## NOSSOS NÚMEROS

Regional Rondonópolis

**Mutirões de Agendamento:** 35

**Caravanas Digital:** 09

**Caravana na Escola:** 04

**Bairros visitados:** 78

**06 Pontos de Atendimentos fixos:**

CRAS Ana Carla

CRAS Jardim Iguassu

CRAS Luz D`Yara

CRAS Conjunto São José

CRAS Cidade Alta

CRAS Rio Vermelho

**Pontos de Atendimentos**

**Móvel (PDA):** 21

**Parcerias:**

Prefeitura Municipal de Rondonópolis  
- Secretaria Municipal de Promoção e  
Assistência Social; Secretaria Municipal  
de Saúde;

Secretaria Municipal de Educação.

Associação dos feirantes de

Rondonópolis

URAMB

UNISSAL

**Voluntários:** 10

**35**

mutirões de  
agendamento

**78**

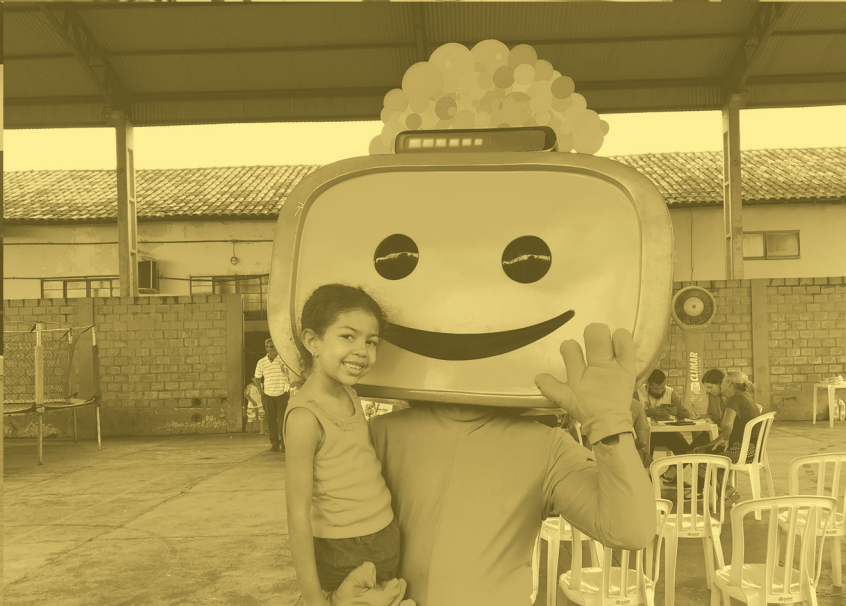
bairros  
visitados

**21**

Pontos de  
Atendimentos  
Móvel

**10**

voluntários





## A VOZ DA CAMPANHA

A campanha da Regional **Rondonópolis** teve como princípio a ideia de que a mudança para a digitalização do sinal aberto de televisão era uma ação de comunicação e cidadania. E por isso sabíamos que era necessário também ouvir as pessoas, acolher as suas dúvidas e garantir o acesso à informação e ao entretenimento com melhor qualidade.

Centenas de pessoas, entre mobilizadores sociais, beneficiários, lideranças comunitárias, agentes públicos e emissoras de comunicação da cidade se envolveram em um grande diálogo que foi fundamental para atingirmos os nossos resultados.

## EQUIPE DE SUPERVISÃO

### Mobilização Social

Desde o início de suas ações, a equipe de supervisão que atuou na campanha da **Seja Digital** em Rondonópolis teve como missão monitorar e dar suporte aos servidores e voluntários, além de treinar os agentes parceiros e manter o engajamento da rede local ao longo de todo ciclo de vida da regional. A participação das supervisoras nas ações de sensibilização e agendamento foram importantes para o êxito da campanha.

*“O sentimento de satisfação pessoal me acompanhou ao longo da caminhada. A cada nova ação de mobilização eu queria mais. Eu já sabia que sentiria saudades de todas essas vivências e procurei, a partir disso, curtir cada momento dessa trajetória. Participar do projeto ‘Seja Digital’ foi mais que fazer parte da história da digitalização do sinal analógico de minha cidade. Foi fazer parte da história das pessoas alcançadas”, disse Rayany Dal Prá, supervisora de mobilização social.*

Para Rosa Maria Surubi, que também atuou como supervisora de mobilização social, o trabalho foi muito além da prestação de informação sobre o desligamento do sinal analógico de TV. Foi, também, levar dignidade para as pessoas, principalmente àquelas que estão em lugares distantes.

*“Motivamos e mobilizamos com espírito de colaboração, acolhendo as pessoas que, na maioria das vezes, têm o aparelho de TV como o único meio de entretenimento. Como mobilizadora social, tive o privilégio de ver sorrisos e lágrimas de alegria das pessoas que receberam a notícia que tinham direito ao Kit gratuito para a TV digital”.*

### Instalação

Para garantir que os domicílios beneficiados com o kit gratuito se tornassem digitalizados, a campanha da Seja Digital em Rondonópolis contou com o suporte de um supervisor que coordenou uma agenda de instalações.

*“Como supervisor de instalação eu tive a oportunidade de ir até as pessoas e, ao adentrar nas suas casas, ver no rosto delas a felicidade em receber o sinal digital”, contou Sidnei Soares, que também treinou e coordenou um grupo de antenistas.*



## Instalação Premiada

Pessoas contempladas com o kit gratuito ainda tiveram a chance de levar para casa R\$ 2000,00 (dois mil reais) como prêmio por sua instalação. Foi o caso do Sérgio Ramos, morador do Jardim Tropical que recebeu o kit através das ações da Regional Rondonópolis, gerou o código, participou e foi sorteado!

*“Vou inteirar esse dinheiro com o décimo terceiro, para no ano que vem, mexer no telhado de casa. É um dinheiro bem-vindo. Estou feliz, graças a Deus!”.*

E o Sérgio não foi o único sortudo! No total foram 5 sorteados com o prêmio de 2 mil reais cada. A Ana Paula dos Santos também foi uma das contempladas.

*“Cheguei em casa instalei a antena e gerei o código. No outro dia, eu liguei e cadastrei no 147. No segundo sorteio eu fui contemplada. Tenho quatro filhos, vou dar um “trato neles” e fazer um natal bem bom, bem mais animadinho e juntar a família toda”.*

## EQUIPE DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL

### Uma experiência plural

A equipe de mobilizadores foi composta por pessoas de diferentes idades, gêneros e experiências de vida. O grupo passou por momentos de dificuldades mas que foram superados ao longo da campanha. À medida que perceberam a importância do trabalho em equipe, foram se tornando confiantes e também mais exitosos. Para a mobilizadora social, Elen Cristina:

*“Fazer parte da equipe Seja Digital foi trabalhar em conjunto para um propósito: digitalizar Rondonópolis, ajudando seus habitantes com essa mudança histórica na TV brasileira, sair do sinal analógico! Saber que meus colegas de empresa e eu fizemos parte desse Marco me deixa orgulhosa”.*

O clima de cooperação fez com que a animação durante as ações prevalecesse, mesmo nos dias em que o cansaço era grande, porém, a vontade de ajudar o outro era ainda maior. Para Solange Alves, mobilizadora social, a ação foi:

*“Uma campanha de amor ao próximo. Falo isso por mim. Fiquei muito satisfeita e honrada em fazer parte do processo, principalmente pelas experiências que eu vivi. Amei trabalhar com essa equipe nota 1000”*

Entre bairros, praças, escolas, igrejas, universidade e centros comunitários, os mobilizadores realizaram um intenso trabalho de orientação e agendamento, levando à população informações sobre o desligamento do sinal analógico e as condições para receber o kit digital gratuito. Daniel Dias, mobilizador social, comentou:

*“A cada ação, sempre nos deparávamos com diversas situações, experiências e momentos de aprendizagem”.*







## **Mutirões e Caravanas: cada ação teve um gostinho de algodão-doce!**

Uma estratégia de mobilização bastante eficiente foram as caravanas nos bairros. A maior parte dos beneficiários de programas sociais reside em bairros periféricos. Nessas caravanas, através de parceria com lideranças comunitárias, oferecemos aos moradores além do agendamento do kit gratuito, também acesso a outros serviços gratuitos, como cortes de cabelo, show de música ao vivo, distribuição de pipoca, algodão doce e brinquedos para as crianças. Além, é claro, da presença ilustre do mascote da campanha. Nas palavras do Diretor do Oratório Filhos de Dom Bosco (Centro Social):

*“As caravanas realizadas no Oratório [Dom Bosco] ajudaram toda a comunidade que se beneficia das atividades que ofertamos. No total, são 10 bairros atendidos. Nas duas vezes que a Seja Digital esteve conosco, muitas pessoas foram atendidas. Só tenho a agradecer e parabenizar pelo belíssimo trabalho que essa equipe realizou”*,

## **E por falar em Comunidade... houve parcerias com líderes comunitários!**

A parceria com as lideranças comunitárias resultou em vários mutirões de agendamentos. Associações de Moradores, Centro Comunitários, residências de presidentes de bairro, todos esses espaços se tornaram cenários para o trabalho de digitalização! A presença da Seja Digital, anunciada na comunidade por esses representantes, aumentou o número de atendimentos. Eram cafés da manhã, reuniões, lanches e até jantares. A líder comunitária e presidenta do Bairro Alfredo de Castro, Edineia de Oliveira Lima, afirmou:

*“A ação feita aqui no bairro Alfredo de Castro Araújo, comunidade de pessoas humildes, foi surpreendente. Uma equipe formada por pessoas incríveis e prestativas, atendendo com auxílio ao cadastro para aquisição gratuita do kit digital. Além do cadastro, fomos agraciados com um delicioso café da manhã, momento de descontração onde os moradores puderam interagir degustando deliciosos salgados, sucos, refrigerantes... Foi uma festa!”*,



# NOSSAS CONCLUSÕES



O trabalho realizado pela Regional Rondonópolis teve como característica mais marcante a colaboração e o diálogo entre as pessoas. A equipe local e as muitas pessoas que se integraram à campanha de forma voluntária ou dando apoio e suporte, foram importantes ao longo do processo. Essas pessoas estiveram em bairros afastados e muitas vezes mal assistidos pelo poder público, escolas, universidade, igrejas, para garantir o acesso ao sinal gratuito de televisão, agora digital!

Se a televisão já ocupa um lugar de destaque entre os meios de comunicação, para muitas pessoas ela é a principal (quando não a única) fonte de informação e entretenimento. Garantir a essas pessoas uma imagem e som de qualidade é valorizar sua participação na rede comunicacional, já que sabemos, o público é cada vez mais interativo.

A meta foi atingida com o desligamento entre os dias 05 e 17 de dezembro de 2018, deixando para a população da cidade, e também para todos nós da Regional Rondonópolis, mais que uma mudança técnica, uma dimensão de cidadania e participação no direito à comunicação de qualidade.



Esse livro que o leitor tem em mãos é um relato das Atividades da Regional Rondonópolis durante os meses de agosto a dezembro de 2018, quando a cidade de Rondonópolis, no sudeste mato-grossense, passou pelo processo de digitalização do canal aberto de televisão, através das ações da Seja Digital.

Na Apresentação você saberá o que é a Seja Digital e qual foi a sua missão e ação no município: atuar para o desligamento do sinal gratuito analógico de televisão e a garantia das pessoas de acesso ao sinal digital, sobretudo, as beneficiárias de serviços sociais públicos. No Capítulo 1 você conhecerá as pessoas que se envolveram nesse trabalho na cidade de Rondonópolis. No Capítulo 2 apresentamos nossa cidade alvo, a terceira maior do estado de Mato Grosso e suas características e população. No capítulo 3 você saberá tudo o que a Regional Rondonópolis organizou para atingir seu objetivo em ações de sensibilização, agendamento, distribuição e instalação dos kits digitais. No capítulo 4 você escutará as diversas vozes das pessoas que participaram das ações através de seus depoimentos. E, finalmente, em Nossas Conclusões, você, caro leitor, concluirá conosco, que essa Campanha foi um grande sucesso!

Boa leitura!

# Seja:Digital

EAD - Criada conforme determinação da ANATEL

