



# Seja:Digital

EAD - Criada conforme determinação da ANATEL

## RELATÓRIO FINAL CLUSTER BOA VISTA

Digitalização do Agrupamento Boa Vista/RR  
Boa Vista e Cantá

Fevereiro a outubro de 2018



Seja  
:Digital

**A inclusão digital e o combate à exclusão social e econômica estão intimamente ligados em uma sociedade onde cada vez mais o conhecimento é considerado riqueza e poder.**

**O acesso às tecnologias da informação e da comunicação (chamadas "TICs") está diretamente relacionado, no mundo atual, aos direitos básicos à informação, lazer e à liberdade de opinião e expressão.**

**O Projeto para migração do sinal analógico para o sinal digital da televisão em Roraima, em especial nas cidades de Boa Vista e Cantá, foi elaborado com a função de promover a inclusão social e digital da população no intuito de melhor atender seus públicos-alvo e fortalecer sua cidadania.**

**A atuação da SEJA DIGITAL nos municípios de Boa Vista e Cantá se pautou nas premissas acima mencionadas para desenvolver suas atividades com a meta inicial de atingir 90% da população local e distribuir 51 mil kits gratuitos, equivalente 14% da população total.**

**Dentre os desafios encontrados, sem dúvida a baixa digitalização encontrada no início do projeto foi o ponto de destaque, os municípios de Boa Vista e Cantá possuíam apenas 61% de seus domicílios digitalizados, somando-se a isso a intensa migração venezuelana e a lenta digitalização das emissoras de TV que exigiu uma equipe multidisciplinar e bilíngue.**

**Durante sete meses, o cluster Boa Vista trabalhou intensamente no desenvolvimento de estratégias de atuação e na criação de metodologias que possibilitassem o atingimento das metas propostas, de forma a facilitar o acesso da população às informações e aos kits digitais.**

**Para isso, foi traçado como objetivo geral promover a formalização de parcerias com diversos atores da sociedade civil, empresas de comunicação e com os poderes públicos, bem como a utilização das informações provenientes da inteligência da SEJA DIGITAL por meio de estudos técnicos, contemplando uma proposta de metodologia de acompanhamento de indicadores, a fim de melhorar os mecanismos de gestão das informações relacionadas ao trabalho proposto.**

**O projeto teve seu ponto de partida registrado em março de 2018, a partir da formação da equipe especializada para a concretização de sua primeira etapa, que consistiu da realização do planejamento para início das atividades e contratação de fornecedores.**

**As atividades previstas para se alcançar esta etapa/meta foram as seguintes:**

- a) estabelecimento de uma metodologia de acompanhamento e instalação dos PDA - Pontos de Aconselhamento;**
- b) definição das melhores práticas para captação das informações sobre o público alvo e a melhor forma para disponibilização dessas informações;**

- c) definição de indicadores e estudos sobre as informações do público alvo;
- d) instalação dos PDR´s - Pontos de Retirada;
- e) ações de campo, porta a porta.

**Em relação ao desenvolvimento das atividades, menciona-se que os objetivos estabelecidos foram alcançados, bem como a otimização do uso dos recursos. A harmonia e sinergia da equipe, propiciou o desenvolvimento das ações de forma tranquila e com efetividade. Outro fator que contribuiu para o atingimento das metas foram as parcerias desenvolvidas com as Prefeituras Municipais do Cantá e de Boa Vista além do apoio das emissoras locais de rádio e TV.**

**As conquistas aqui destacadas representam a soma dos esforços e a dedicação de todos que integram a equipe SEJA DIGITAL Boa Vista: técnicos, parceiros, supervisores e mobilizadores, com os quais compartilhamos os resultados alcançados no período.**



**Fábio Cardoso Santos**  
Gerente Regional (Agosto à Outubro)



**Douglas Almeida Eckhardt**  
Consultor de Mobilização Social



**Júlio Alberto Dias Siqueira**  
Consultor de Mobilização Social

# INSTITUIÇÕES QUE ATUARAM NAS ATIVIDADES DO CLUSTER BOA VISTA



Instituto  
**Acariquara**

Responsável pela operação dos PDA's

**FAZI!**  
prom.

Agência de Eventos

**press**  
COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

Assessoria de Imprensa

Seja  
**:Digital**

# ESCRITÓRIO LOCAL

Praça Centro Cívico, 974 - Centro,  
Boa Vista - RR, 69301-380



Arabesque Restaurante

Band Roraima

CANARINHO

NewTech Informática

Avenida Amazonas,  
974 - Dos Estados

Ruínas do Piso do  
Antigo Prédio do...

Seja  
:Digital

# AGRADECIMENTOS

Ao finalizarmos nosso projeto em Boa Vista, o que mais ouvimos falar é da satisfação de nossos clientes com a qualidade do trabalho realizado. De acordo com os dados técnicos do setor de inteligência da Seja Digital, o cluster realizou a entrega de cerca 51.950 Kits. Diante desse cenário mais uma vez, nós da equipe executiva da SEJA DIGITAL (Fábio Cardoso, Júlio Siqueira e Douglas Almeida) pensamos em trabalho, organização e profissionalismo, pois sabemos que somente assim conseguimos atingir nossos objetivos. Durante os últimos meses conquistamos resultados expressivos, fruto de uma gestão participativa e colaborativa, buscando otimizar os custos e os resultados esperados.

Dessa forma gostaria de dirigir os nossos sinceros agradecimentos a todos os atores que contribuíram de forma direta e indireta para o Projeto SEJA DIGITAL em Boa Vista, e que acolheram o mesmo durante o seu período de execução.

Agradecemos também a imprensa de Boa Vista que foi sensível ao projeto atuando fortemente em sua divulgação, da mesma forma agradecemos à Prefeitura de Boa Vista e do município do Cantá pelo incondicional apoio na mobilização popular.

Nossos agradecimentos também ao setor varejista de Boa Vista que atuaram fortemente na comercialização e divulgação das campanhas.

Encerro agradecendo pela confiança e apoio de todos os colegas, superiores e direção da Seja Digital que, mesmo diante de tanto por se fazer no cluster Boa Vista, deram o respaldo necessário para o desenvolvimento das atividades.

**Muito obrigado!**



<b>1. CARACTERIZAÇÃO DO CLUSTER BOA VISTA</b>	<b>12</b>
<b>2. A ESTRATÉGIA PARA A DIGITALIZAÇÃO DO TERRITÓRIO</b>	<b>17</b>
<b>3. CIDADES</b>	<b>18</b>
<b>3.1 BOA VISTA</b>	<b>19</b>
<b>3.2 CANTÁ</b>	<b>20</b>
<b>4. SENSIBILIZAÇÃO</b>	<b>22</b>
<b>4.1 LIDERANÇAS COMUNITÁRIAS E ATORES SOCIAIS</b>	<b>22</b>
<b>4.2 CONDOMÍNIOS</b>	<b>23</b>
<b>4.3 VAREJO</b>	<b>23</b>
<b>4.4 FEIRÃO DA TV DIGITAL</b>	<b>24</b>
<b>4.5 AÇÕES DE DIVULGAÇÃO</b>	<b>24</b>
<b>4.6 DIGITAL NA GERAL</b>	<b>25</b>
<b>4.7 BLITZ DE RÁDIO</b>	<b>26</b>
<b>4.8 TAXI DIGITAL</b>	<b>27</b>
<b>4.9 ENTREVISTAS E MATÉRIAS</b>	<b>27</b>
<b>5. AGENDAMENTOS</b>	<b>28</b>
<b>5.1 PONTOS DE ACONSELHAMENTO (PDA)</b>	<b>28</b>
<b>5.1.1 PDA FIXO</b>	<b>28</b>
<b>5.1.2 PDA ITINERANTE</b>	<b>29</b>
<b>5.2 MUTIRÕES DE AGENDAMENTO</b>	<b>29</b>
<b>5.3 AÇÕES COM PARCEIROS</b>	<b>29</b>

<b>5.4 COMUNIDADES INDÍGENAS</b>	<b>30</b>
<b>5.5 ARRASTÃO DIGITAL</b>	<b>30</b>
<b>5.6 RAPIDINHAS DIGITAIS</b>	<b>30</b>
<b>5.7 ESCOLAS</b>	<b>31</b>
<b>5.8 IGREJAS</b>	<b>31</b>
<b>5.9 COMUNIDADE DIGITAL</b>	<b>32</b>
<b>5.10 CARAVANA DA TV DIGITAL</b>	<b>32</b>
<b>6. RETIRADA DOS KITS</b>	<b>33</b>
<b>6.1 PONTOS DE RETIRADA (PDR)</b>	<b>33</b>
<b>7. INSTALAÇÃO</b>	<b>35</b>
<b>7.1 MUTIRÃO DE INSTALAÇÃO</b>	<b>35</b>
<b>7.2 MUTIRÃO DE SINTONIZAÇÃO</b>	<b>35</b>
<b>7.3 INSTALAÇÃO PREMIADA</b>	<b>36</b>
<b>8. BAIRROS QUE ATUAMOS</b>	<b>37</b>

# DIGITALIZAÇÃO EM NÚMEROS

ATIVIDADES	NÚMEROS
Ações de Panfletagem	32
Blitz Rádio	10
Caravanas Digitais	7
Comunidade Digital	33
Coletiva de Imprensa	1
Papo Digital	7
Feirões da TV Digital	2
Multirões de Agendamento	264
Agendamentos Realizados	51.950
Multirões de Instalação	39
Instalação Realizadas	21.741
Multirões de Sintonização	44
Sintonizações Realizadas	6.000
Positivação do Comércio	512
Reuniões com Parceiros	31
Matérias Publicadas	279
Entrevistas	231
Digital na Geral	32
Táxi Digital	300

Seja  
:Digital

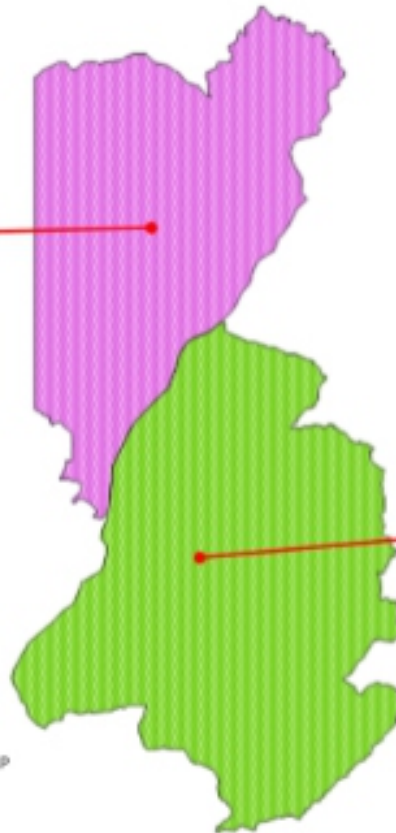
# 1. CARACTERIZAÇÃO DO CLUSTER BOA VISTA

A região do cluster Boa Vista é composta por 02 (dois) municípios, Boa Vista e Cantá, que compreendem a região metropolitana.

## VISÃO GERAL DO CLUSTER BOA VISTA 2 CIDADES

■ % total dom<sup>1</sup> Cluster  
■ % total PS<sup>2</sup> Cluster  
( ) # cidades

<b>Cidade Principal (1)</b>	<b>95%</b>
• Boa Vista	94% PS



<b>Entorno (1)</b>	<b>5%</b>
• Cantá	6% PS

<sup>1</sup>Projeção domicílios IBOPÉ 2017

<sup>2</sup>Distribuição de classe dos municípios conforme critério IBOPÉ e Brasil conforme critério ABEP

<sup>3</sup>Beneficiários de programas sociais do Minist. Desenvolvimento Social

<sup>4</sup>Estimativa da população residente dos municípios ref. 01/07/15 IBGE

Números que não somam 100% devem-se a arredondamentos

d = % de domicílios

Seja:Digital

2018-01-30

Seja  
:Digital

# 1. CARACTERIZAÇÃO DO CLUSTER BOA VISTA

**Beneficiários de projetos sociais com direito aos kits gratuitos:**

CIDADE	BOLSA FAMÍLIA	D+PS	OUTRO	TOTAL GERAL
BOA VISTA	20.461	35.746	5.824	62.031
CANTÁ	2.325	1.383	106	3.814
TOTAL GERAL	22.786	37.129	5.930	65.845

Composta por duas cidades, a região conta com aproximadamente 340 mil habitantes que precisavam ser digitalizados em 07 meses, dos quais, 51.500 mil eram beneficiários de programas sociais do governo federal e tinham direito de kits gratuitos. Nos últimos meses o volume de beneficiários aumentou para mais de 65.000 mil em decorrência da atualização da base de beneficiários do Cadastro Único do Governo Federal.

A crise econômica e política que assola a Venezuela desde 2013 tem tido seus desdobramentos também no Brasil. Para fugir da inflação meteórica, escassez de alimentos e desemprego, milhares de venezuelanos atravessam diariamente a fronteira com o Brasil. A cidade de Boa Vista, capital de Roraima, tem sofrido especialmente com o problema. O município tem recebido grande quantia dos refugiados, que se espalham pelas ruas, sem condições econômicas de se estabelecerem com dignidade. Dentre os refugiados que já se instalaram em Boa Vista 750 recebem benefícios do governo federal, esse público alvo teve especial atenção da equipe da Seja Digital, inclusive foram contratados venezuelanos para formação da equipe para facilitar o diálogo e o acesso aos mesmos.

## 2. A ESTRATÉGIA PARA A DIGITALIZAÇÃO DO TERRITÓRIO

Considerando as características e particularidades da região norte do país, a equipe traçou suas diretrizes para garantir que a população, em especial àquelas pertencentes as classes C2, D e E, tivessem acesso à TV Digital por meio da distribuição dos kits gratuitos pela Seja Digital. Desta forma, foi possível traçar os principais pilares de atuação:

Sensibilização

Agendamentos

Retirada dos  
Kits

Instalação

### ✓ SENSIBILIZAÇÃO:

Compreensão do processo de transição fazendo com que a população se reconhecesse como parte do movimento e entendesse que precisava realizar ações para se tornarem digitais. Algumas das atividades desenvolvidas tinham como meta a formação de multiplicadores que atuaram tanto disseminando a campanha e as informações relevantes quanto realizando agendamentos.

## 2. A ESTRATÉGIA PARA A DIGITALIZAÇÃO DO TERRITÓRIO

### FRENTES DE TRABALHO:

- ✓ Lideranças Comunitárias e Atores Sociais
- ✓ Condomínios
- ✓ Varejo
- ✓ Feirão da TV Digital
- ✓ Ações de Divulgação
- ✓ Digital na Geral
- ✓ Blitz Rádio
- ✓ Taxi Digital
- ✓ Entrevistas e Matérias

### ✓ AGENDAMENTOS:

Foco nos beneficiários do cadastro único, pessoas que tinham direito a receber os kits gratuitos. As atividades realizadas tinham o objetivo claro de realizar o agendamento para posterior retirada e instalação.

### FRENTES DE TRABALHO:

- ✓ Pontos de Aconselhamento (PDA)
- ✓ Mutirões de Agendamentos
- ✓ Ações com Parceiros
- ✓ Comunidades Indígenas
- ✓ Arrastão Digital
- ✓ Rapidinhas Digitais
- ✓ Escolas
- ✓ Igrejas
- ✓ Comunidade Digital
- ✓ Caravana da TV Digital

## 2. A ESTRATÉGIA PARA A DIGITALIZAÇÃO DO TERRITÓRIO

### ✓ RETIRADA DOS KITS:

Garantir a retirada dos kits de forma ordenada, oferecendo acesso fácil e ágil.

### FRENTES DE TRABALHO:

✓ Pontos de Retirada (PDR)

### ✓ INSTALAÇÃO:

Realizar a instalação e garantir, efetivamente que a digitalização acontecesse.

### FRENTES DE TRABALHO:

- ✓ Mutirão de Instalação
- ✓ Mutirão de Sintonização
- ✓ Instalação Premiada

A capital de Roraima, Boa Vista, concentrava a maior parte da população alvo do projeto, cerca de 95%. De posse dessas informações foram definidas as estratégias bem como as áreas prioritárias de atuação do Projeto.

Vale ressaltar que Boa Vista, além dos mais de 50 bairros, apresenta algumas peculiaridades, como por exemplo uma considerada concentração de populações indígenas, de diferentes etnias, residentes em comunidades na zona rural em regiões distantes da sede do município.

Nesse processo fez necessário identificar lideranças indígenas para atuar junto a essas populações.

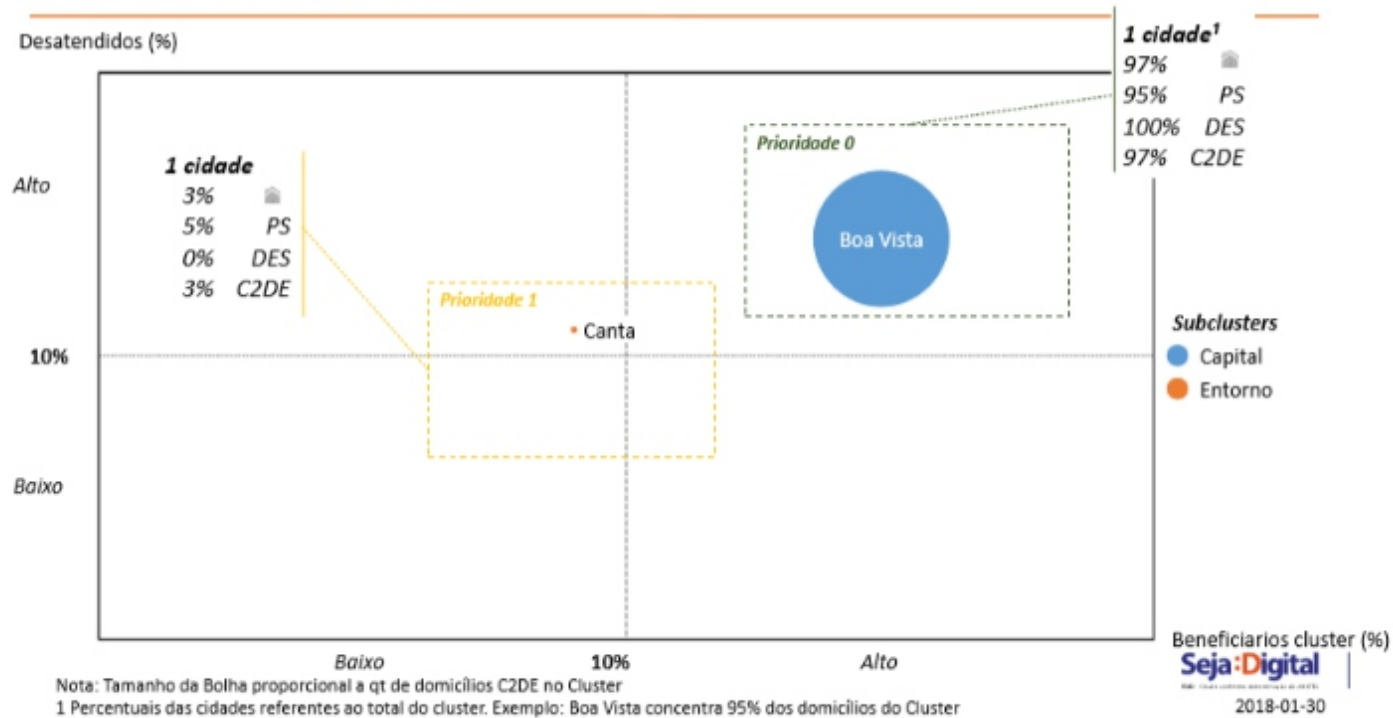
Além disso, a equipe contou com um reforço muito importante que foram os mapas de calor disponibilizados periodicamente pela Seja Digital. Com os mapas em mãos foi possível analisar aspectos como:



## 2. A ESTRATÉGIA PARA A DIGITALIZAÇÃO DO TERRITÓRIO

- ✓ Densidade populacional;
- ✓ Volume de beneficiários;
- ✓ Índice de digitalização.

### PRIORIZAÇÃO CIDADES: CLUSTER BOA VISTA 1 CIDADE – 97% C2DE



De modo a atuar de forma eficaz, as áreas eram avaliadas com frequência, ao passo que as regiões mais analógicas recebiam atenção redobrada durante o processo de digitalização. Isso era possível com base na ferramenta de estudo de mapas de calor, que indicava nos bairros as zonas com maior concentração de residências analógicas. Esta ferramenta foi fundamental para a condução dos trabalhos de campo na campanha de mobilização e digitalização dos bairros e ruas com maior índice sinal analógico.

### 3.1 BOA VISTA

O município de Boa Vista, além do Centro da Cidade, está dividido em quatro zonas distintas, das quais a zona Oeste apresenta o maior número de bairros e a maior concentração da população.

BOA VISTA	
Zona Geográfica	Quantidade de Bairros
Norte	6
Leste	4
Oeste	40
Sul	5
Centro	1
Total	56

Com base nos estudos realizados através do mapa de calor das áreas menos digitalizadas, foram definidas as estratégias. Observou-se que o maior contingente de beneficiários dos programas sociais do Governo Federal se concentrava na região da zona oeste da cidade de Boa Vista. Com isso, definiu-se inicialmente essa zona como prioritária para ações da campanha.

As atividades foram iniciadas nos bairros Hélio Campos, Doutor Airton Rocha e Cidade Satélite; nesses bairros se concentram o maior número de conjuntos populares de moradia. No Conjunto Cidadão, no Bairro Hélio Campos, foi realizado o primeiro mutirão de agendamento, em razão da geografia do bairro e da organização e mobilização comunitária.

Importante destacar que a busca de particularidades e lideranças nesses bairros era de suma importância para as estratégias de mobilização e ação. A grosso modo, esses bairros têm lideranças constituídas que respondem pela comunidade; e de modo geral estão ligadas a política local, característica comum em todos as associações de bairros e comunidades do município, o que ficou mais evidente no ano eleitoral.

## 3. CIDADES



## 3.2 CANTÁ

O outro município compõe a regional de Boa Vista é composto por cerca de 16 mil habitantes. Cantá concentra apenas 5% de beneficiários de programas sociais das duas cidades que desligaram o sinal analógico no dia 31 de outubro.

O governo local, com suas secretarias, em particular as secretarias de Ação Social e Educação exerceram uma parceria fundamental no processo de sensibilização e mobilização. O grande desafio foi atingir a população residente na zona rural, composta principalmente por comunidades indígenas. Por conta do período das fortes chuvas, o acesso a essas comunidades era prejudicado.

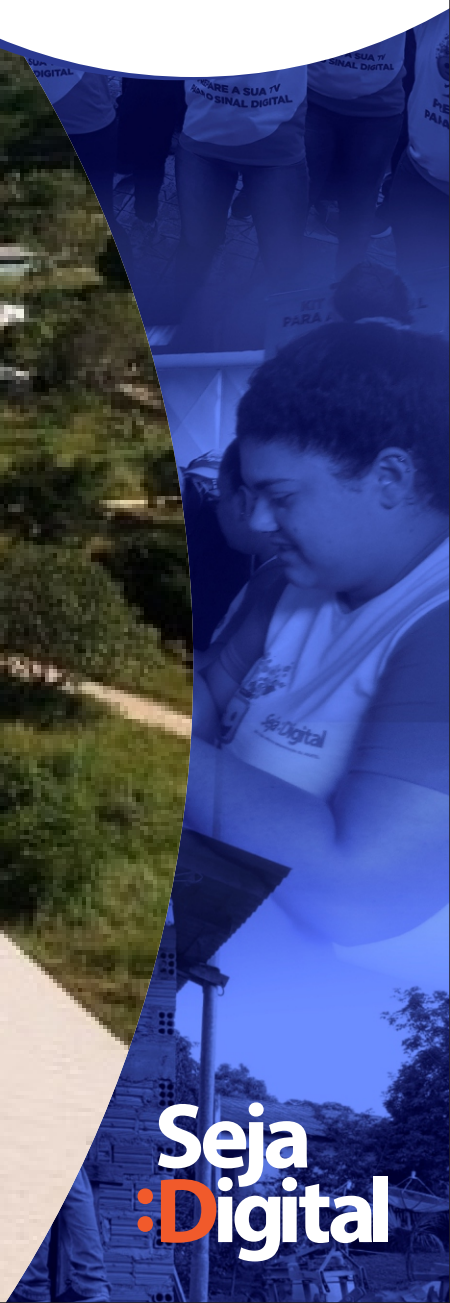
Um grande evento itinerante da Assembleia Legislativa, no mês de maio, que movimentou a cidade, teve relevante significância disseminação da informação. A população pode contar com uma estrutura de atendimento a diversos serviços sociais e públicos, dentre os quais a estrutura da Seja Digital para a realização de agendamento, bem como para tirar dúvidas sobre o processo de desligamento do sinal analógico.

Com o objetivo de ampliar o processo de mobilização foi promovida uma Comunidade Digital, numa aldeia indígena, no mesmo dia da assinatura do Termo de Cooperação com o Prefeito da cidade. Além disso, nesta ação foi possível identificar lideranças indígenas e incorporar no processo de sensibilização e mobilização das populações indígenas das aldeias locais.

## 3. CIDADES



Seja  
:Digital



## 4.1 LIDERANÇAS COMUNITÁRIAS E ATORES SOCIAIS

No processo de sensibilização e propagação das informações e da campanha da Seja Digital, o elo fundamental foi o estabelecimento de parceiros junto aos diversos atores e agentes sociais, em particular as lideranças de associações de bairros, sindicatos, comunidades indígenas e comunidade religiosas. Para além do conhecimento das peculiaridades do local, essas lideranças contribuíam e desempenhavam papel essencial no processo de mobilização da comunidade de modo a facilitar as ações das equipes da rua nos diversos mutirões de agendamentos e demais ações do Cluster.

A articulação para o levantamento de contatos das lideranças, ocorriam de várias formas; por intermédio de grupos de redes comuns, tanto na mesma região de atuação ou fora; intercâmbio com agentes religiosos, palestras educativas em equipamentos e espaços públicos, igrejas, comércio e feiras e busca ativa nos demais segmentos e associações sociais nos bairros e comunidades.

As agendas dos Mutirões de Agendamento/Instalação e Comunidade Digital eram previamente acordadas, em reuniões, junto as essas associações como estratégia de mobilizar o maior número de beneficiários possível da comunidade. Nessas reuniões eram definidas as datas, os locais bem como apresentada estrutura logística oferecida pela Seja Digital e a metodologia de trabalho para a operacionalização das atividades.

Vale lembrar, que esses atores participavam de forma ativamente nas ações e em várias ocasiões incorporavam novos colaboradores voluntários, no processo de mobilização, dos mutirões de agendamento.

Algumas das lideranças continuaram com a mobilização em seus espaços (igrejas, associações de moradores, centros comunitários) mesmo após a realização dos mutirões e/ou Comunidades Digital.

É importante destacar que umas das estratégias, para atingir todo nosso público, foi buscar colaboradores heterogêneos, tendo em vista que Boa Vista acomoda uma grande diversidade étnica de povos indígenas, além de outros moradores imigrantes dos países vizinhos, principalmente venezuelanos já estabelecidos na cidade.

Foram realizadas cerca de 50 reuniões comunitárias e mobilizados mais de 350 atores sociais.

# SENSIBILIZAÇÃO



## 4.2 CONDOMÍNIOS

Desenvolver atividades de sensibilização junto aos síndicos também fez parte do nosso trabalho. Era necessário que os condomínios, em particular aqueles com perfil de moradia popular de programas sociais, também estivessem preparados para receber o sinal digital garantindo à todos os moradores a possibilidade de ter acesso a antena e conversor digital e assim assistir à TV aberta de forma gratuita. Neste sentido, nossa equipe realizou visitas no principal conjunto de edifício de moradia popular localizado no bairro Cidade Satélite. Neste conjunto habitacional, que residem mais de 15 mil moradores, foram realizadas ações como Comunidade Digital, com atividades tanto de mutirão de agendamento como mutirão de instalação. Além da grande ação à diversos conjuntos de prédios dialogando com os respectivos responsáveis além de realizar abordagens diretamente aos moradores orientando quanto à mudança do sinal de TV.

## 4.3 VAREJO

Com vistas a ampliar nosso alcance as demais classes sociais a equipe da Seja Digital também envolveu o setor do comércio e varejo motivando e realizando reuniões com a Federação do Comercial de Roraima – FECOMÉRCIO; esta articulação se deu com a intenção de alcançar e preparar aqueles lares que não tinham direito ao kit gratuito e que, portanto, teriam que adquirir conversores e antenas digitais. Realizamos a positivação, com peças de comunicação da Seja Digital, em de 512 estabelecimentos comerciais das principais zonas de centro comercial de Boa Vista, entre elas as tradicionais redes de lojas.



## 4.4 FEIRÃO DA TV DIGITAL

Como estratégias pensadas para movimentar e preparar a população que necessitaria adquirir antenas, conversores, TVs e outros equipamentos eletrônicos no comércio local, foi a realização do Feirão da TV Digital. A iniciativa contou com a parceria da TV Globo, através de sua afiliada local (TV Roraima - Rede Amazônica) e de um Shopping Center de grande circulação localizado em uma área importante da cidade. Para alcançar o público e atender a demanda por esses equipamentos foram realizadas 2 (duas) edições de grande repercussão e com números satisfatórios de vendas; além da digitalização da população alvo, gerou uma grande movimentação de recursos financeiros para os lojistas participantes.

	FEIRÃO 1.0	FEIRÃO 2.0	TOTAL
DATAS	30/06 e 01/07	03/04 e 04/08	-
LOJISTAS	03	07	10

## 4.5 AÇÕES DE DIVULGAÇÃO

A Seja Digital buscou estar presente em muitos locais, em particular naqueles de maior concentração e circulação de pessoas e com maior visibilidade. Dessa forma, foi planejada série de ações de divulgação para que a informação pudesse chegar amplamente à toda população de forma assertiva. Essas ações deram início com atividades de panfletagem nos principais terminais de rodoviários, nas feiras livres, sinais de trânsito das principais vias da cidade. Como estratégia reunia-se toda equipe de mobilizadores e promotores, devidamente treinados para esclarecer e orientar a população de forma mais concisa. Nessas atividades, para causar maior efeito de visibilidade também se usava faixas e bandeiras de modo a chamar a atenção do público. Essas ações foram importantes para que conseguíssemos sensibilizar e criar uma onda de digitalização nas duas cidades que compõem o Cluster.

## SENSIBILIZAÇÃO





## 4.6 DIGITAL NA GERAL

Dentre as ações de divulgação e sensibilização fazemos destaque para o Digital na Geral, que consistia em ações de sensibilização e panfletagem em locais de grande circulação popular além de demonstração da qualidade do sinal digital através de balcões demonstrativos. Ao todo foram realizadas 32 ações.

### ATIVIDADES:

- ✓ Informações;
- ✓ Agendamentos;
- ✓ Sensibilização;
- ✓ Demonstração;
- ✓ Presença do Mascote (quando necessário)

## SENSIBILIZAÇÃO



Seja  
:Digital

## 4.7 BLITZ DE RÁDIO

Alcançar a população através das rádios também fez parte dos trabalhos. Se fez necessário chegar não só aos beneficiários de programas do governo federal, mas a toda população, para que todos também estivessem com suas TVs e antenas preparadas para receber o sinal digital garantindo a possibilidade de assistir a TV aberta de forma gratuita e com qualidade. Para atingir a população, a equipe da Seja Digital em parceria com uma grande emissora de rádio da cidade de Boa Vista, realizaram 10 Blitz Digitais fazendo sorteios de diversos brindes e tirando dúvidas quanto à mudança do sinal de TV e como fazer para saber se tinha direito aos kits gratuitos; além da realização de mutirão de agendamento. As Blitz ocorreram na cidade de Boa Vista entre os meses de julho e outubro.

# SENSIBILIZAÇÃO

RÁDIO	LOCAL	DATA
RÁDIO TOPICAL FM-94.1	RUA IZÍDIO GALDINO DA SILVA, 2425, EM FRENTE A CASA DO CIDADÃO BAIRRO - SEN. HÉLIO CAMPOS.	12/07
	AV. ESTRELA DDALVA, S/N, EM FRENTE AO SUPERMERCADO GAVIÃO BAIRRO - RAIAR DO SOL.	19/07
	AV. CARLOS PEREIRA DE MELO, 3510, EM FRENTE AO SUPERMERCADO SÃO JORGE - BAIRRO CARANÁ.	26/07
	AV. DOS GARIMPEIROS, 332, EM FRENTE AO SUPERMERCADO GAVIÃO BAIRRO - ALVORADA.	02/08
	RUA NIVALDO DA CONCEIÇÃO GUTIERREZ, 1498, EM FRENTE AO SUPERMERCADO DB SANTA LUZIA BAIRRO - SEN. HÉLIO CAMPOS.	07/08
	RUA JOCA FARIAS, S/N, EM FRENTE AO SUPERMERCADO GOIANA BAIRRO - JARDIM CARANÁ.	08/08
	AV. DAS GUIANAS, 673, EM FRENTE AO SUPERMERCADO GAVIÃO BAIRRO - TREZE DE SETEMBRO.	09/08
	AV. DOS GARIMPEIROS, 332, EM FRENTE AO SUPERMERCADO GAVIÃO BAIRRO - ALVORADA.	29/08
	AV. DOM APARECIDO JOSÉ DIAS. 151 BAIRRO - CIDADE SATÉLITE.	11/10
	RUA IZÍDIO GALDINO DA SILVA, 2425, EM FRENTE A CASA DO CIDADÃO BAIRRO - SEN. HÉLIO CAMPOS.	30/10



Seja  
:Digital

## 4.8 TAXI DIGITAL

Esta foi uma ação inovadora em parceria com o Sindicato dos Taxistas de Boa Vista, a Cooperativa de Taxi Lotação e a emissora TV Ativa, que aconteceu nos meses de julho e agosto. Tendo em vista que uma considerável parcela da população da cidade utiliza os “Taxis Lotação” como meio de transporte urbanos chamados. Diariamente esse meio de transporte alternativo é utilizado por mais de 40 mil passageiros, de acordo com dados do Sindicato. A ideia visava massificar a campanha da Seja Digital e ampliar o número de agentes multiplicadores do processo de desligamento do sinal analógico. A campanha visou adesivar os veículos com peças de comunicação da Seja Digital e como estímulo aos taxistas foi promovido e realizado o sorteio de três TV Digitais.

O sorteio ocorreu semanalmente e era realizado ao vivo num programa de grande audiência da emissora. Esta parceria contou com a mobilização de cerca de 300 taxistas que tiveram seus veículos adesivados, além e vestirem as camisetas promocionais da Seja Digital.

## 4.9 ENTREVISTAS E MATÉRIAS

Em um ambiente corporativo é primordial manter a clareza das informações que envolvem a imagem de uma empresa, relatando suas ações e feedbacks com seu público e clientes. Os canais de comunicação tornam-se o ponto principal para divulgar e fortalecer a imagem da organização, fazendo da do relacionamento com a imprensa uma ferramenta essencial. No projeto Boa Vista o papel da imprensa foi fundamental para disseminação das ações e atingimento das metas propostas.



### 5.1 PONTOS DE ACONSELHAMENTO (PDA)

#### 5.1.1 PDA Fixo

Para o estabelecimento dos Pontos de Aconselhamentos (PDA), foi realizado um levantamento dos equipamentos públicos responsáveis pelo cadastro do público beneficiário dos programas sociais do governo federal. Em Boa Vista e Cantá, os interessados ao atendimento dessa demanda eram recepcionados no CRAS (Centro de Referência Assistência Social). Ao todo eram 9 unidades, sendo 8 unidades em Boa Vista e uma unidade no município do Cantá. Dessa forma, foram estabelecidos inicialmente 9 PDA's fixos, que tiveram suas atividades iniciadas no dia 21 de maio, obedecendo os horários de atendimentos de acordo com o oferecido pela instituição. Em virtude do grande fluxo de pessoas, e parceria com a secretaria transporte, posteriormente foi estabelecido um novo PDA fixo no principal terminal rodoviário da cidade de Boa Vista. O objetivo dessa estratégia foi impactar, com ações de sensibilização e agendamento, o público das classes C2, D e E, que buscava diariamente atendimento nesses equipamentos públicos.

#### 5.1.2 PDA Itinerante

Com o objetivo de intensificar a presença dos mobilizadores de campo, os balcões utilizados nos PDAs fixos foram construídos com estrutura desmontável e usados pelas equipes moveis em Mutirões de agendamento, sendo rapidamente montado. Esses balcões eram montados em locais estratégicos de grande fluxo de pessoas nos diversos bairros da cidade onde ocorriam os mutirões de agendamentos, principalmente em frente a pontos comerciais, igrejas, em equipamentos públicos e em eventos; e, serviram também como pontos de referência nas ações de porta a porta. Os PDAs Itinerantes também foram pontos de complemento nas ações dos Arrastões Digitais e ações com Parceiros.



### 5.2 Mutirões de Agendamento

Uma das principais atividades de campo da nossa campanha visando promover a divulgação do projeto e atingir à população beneficiária dos Programas Sociais do Governo Federal, os mutirões de agendamento aconteciam em pontos estratégicos nas zonas da cidade, em bairros e comunidades previamente definidos; essas ações de agendamento eram realizadas em praças, igrejas, pontos comerciais e em equipamentos públicos como escolas entre outros. A equipe de mobilizadores devidamente capacitada realizava agendamentos, tiravam dúvidas quanto a migração, instalação e principalmente quanto ao perfil de pessoas que podiam ser beneficiadas com o Kit Gratuito. O agendamento era realizado e o beneficiário encaminhado para retirar seu Kit no ponto mais próximo ou mais adequado a sua realidade. Ao todo foram realizados 264 Mutirões de Agendamento porta a porta.

### 5.3 Ações com Parceiros

A parceria com as diversas instituições dos municípios envolvidos, viabilizou a realização de ações sociais que envolviam o público beneficiário de Programas Sociais do Governo Federal. A articulação e convites para essas ações surgiam tanto da Seja Digital, como das instituições interessadas. As equipes eram mobilizadas de acordo com cada demanda e tamanho dos eventos. Como exemplo, foi a participação na Ação Global, em Boa Vista, promovida pelo Sesi e Rede Globo; Assembleia itinerante, no município do Cantá, promovida ALE/RR; nessas ações eram oferecidos diversos serviços públicos a população.



### 5.4 Comunidades Indígenas

Em parceria com o CIR (Conselho Indígena de Roraima) e outras Associações indígenas como A Kapói e com apoio lideranças indígenas da equipe de mobilização de campo foi possível realizar 07 Mutirões de Agendamento em Comunidades indígenas, sendo dois na área urbana, e três na zona rural de Boa Vista; e 02 na zona rural do município do Cantá. Foi fundamental a participação de lideranças indígena no processo de mobilização das comunidades para ações; tendo em vista a singularidade da relação com esse público específico. É importante destacar que a Comunidade Digital com maior número de participantes aconteceu na comunidade indígena do Canauanim, no município do Cantá que mobilizou um público de aproximadamente 300 pessoas de todas as gerações, de crianças a idosos.

### 5.5 Arrastão Digital

Em razão da existência de bairros com dimensões territoriais e grande densidade populacional, para fortalecer a estratégia da porta a porta, eram concentradas todas as equipes de mobilizadores em um determinado ponto de referência de um bairro. Dessa forma, a equipe se deslocava para percorrendo as ruas fazendo volume nas ações de porta a porta e abordagens. Esse formato de estratégia visava dar mais visibilidade às ações da Seja Digital nos bairros, de modo que sua presença nas localidades não passasse despercebida. Um dos objetivos dessa atividade era fechar toda a extensão territorial do bairro sem deixar ninguém para trás.

### 5.6 Rapinhas Digitais

As Rapinhas Digitais ocorreram em pontos de grande circulação de pessoas nos bairros de Boa Vista. Com ações de duração média de trinta a quarenta minutos – as Rapinhas Digitais tinham como objetivo dar sensação de volume e despertar o senso de urgência na população que ainda não tinha adquirido um kit gratuito ou ainda não tinha conhecimento da campanha.

As equipes tinham como meta realizar no mínimo 10 Rapinhas Digitais por dia, atuando em nos principais bairros da zona oeste da cidade. Ao todo a equipe realizou cerca de 300 Rapinhas Digitais.



## 5.7 Escolas

As abordagens nas Escolas no Cluster Boa Vista também se deram em um formato inovador denominado "Papo Digital". Além das escolas de ensino fundamental e ensino médio, também foi ampliado para os Instituto Federal de Educação de Roraima - IFRR e Universidade Federal de Roraima - UFRR. Foram realizadas 7 edições do Papo Digital. Em uma única atividade, do Papo Digital, junto a estudantes do ensino fundamental e ensino médio foi mobilizado cerca de 800 alunos na escola Estadual Severino Cavalcante. Para além do Papo Digital, foram sensibilizadas as secretarias de Educação do Estado e dos Municípios para ações de sensibilização e agendamentos nas escolas. Os diretores e coordenadores se empenharam em mobilizar os pais dos alunos para que pudessem comparecer às escolas para o evento de Mutirão de Agendamento. Percorremos as escolas no período de maio a agosto sensibilizando toda a comunidade acadêmica sobre o processo de desligamento do sinal analógico. Foram visitadas 40 escolas ao todo.

## 5.8 Igrejas

Visando ampliar e atingir todos os segmentos do Cluster Boa Vista, no mês de julho foi realizada importante parceria com a igreja Assembleia de Deus. Esta estratégia atinha como objetivo mobilizar a comunidade evangélica, em particular os membros beneficiários de programas sociais, sobre o processo de distribuição gratuita dos kits digitais de Tv. Nesta parceria foram realizados mutirões de agendamentos em cerca de 20 congregações distribuídos nos bairros mais estratégicos da zona Oeste de Boa Vista. Vale lembrar que além da parceira junto segmento evangélico também foram realizadas parcerias junto a Diocese cujo objetivo era mobilizar as comunidades católicas presentes nos bairros de Boa Vista. Ao todo foram realizados 7 mutirões de agendamentos nas comunidades católicas. Ao todo foram realizadas ações em 27 igrejas.

# 5. AGENDAMENTOS



Seja  
:Digital

## 5.9 Comunidade Digital

A Comunidade Digital acontecia simultaneamente as atividades de Mutirão de agendamento, trazendo para comunidade uma forma lúdica para aprender a se digitalizar com brinquedos, lanches e mascote. Este formato era realizado em comunidades com grande presença de público. Ao todo foram realizados 33 (trinta e três) ações da Comunidade Digital.

## 5.10 Caravana da TV Digital

A Caravana Digital acontecia aos sábados na finalização das atividades de Mutirão de agendamento nos bairros. Num formato semelhante ao Comunidade Digital, essa ação oferecia ao público atividades de entretenimento do para comunidade como animadores, artistas de pinturas, brinquedos, lanches e mascote. Essa ação era realizada em parceria com a TV Record. Ao todo foram realizadas 07 Caravanas.

## 5. AGENDAMENTOS



Seja  
:Digital



## 6.1 PONTOS DE RETIRADA (PDR)

Visando garantir a entrega dos mais de 51 mil kits digitais, nos municípios de Boa Vista e Cantá, o Cluster Boa Vista contou o estabelecimento de 3 pontos de retirada – PDR, que foram colocados à disposição dos beneficiários dos kits gratuitos. Contamos com a efetividade da equipe de logística da Seja Digital e dos Correios, que operaram os Pontos de Retirada. O período para as retiradas dos kits foi de maio a novembro. Ao todo foram disponibilizados 14 Guichês.

PDR	DATA DE ABERTURA	ENDEREÇO	MUNICÍPIO	NÚMERO DE GUICHÊS
PDR PRAÇA DO CENTRO CÍVICO	09/04	PRAÇA DO CENTRO CÍVICO, 176, CENTRO	BOA VISTA	06
PDR SANTA LUZIA	09/04	RUA SOLON RODRIGUES PESSOA, 817, SANTA LUZIA	BOA VISTA	06
PDR CANTÁ	09/04	RUA ÂNGELO CONCEIÇÃO, S/N, BAIRRO NOVO	CANTÁ	02

## 6. RETIRADA DOS KITS

## 7. INSTALAÇÃO

O início dos trabalhos de campo dos mobilizadores contratados pela ONG parceira coincidiu com a capacitação dos instaladores da antena e conversor digital. A etapa de formação de instaladores de antena digital, iniciativa da Seja Digital junto a ONG contratada ocorreu no dia 01 de junho. Ao todo foram treinados e contratados 23 instaladores.

Esse agrupamento foi dividido em três equipes, cada uma coordenada por um supervisor, de modo a atender a estratégia de instalação da meta programada de cerca de 18 mil instalações. Para a realização dos trabalhos, a Seja Digital disponibilizou para cada instalador um kit ferramenta "instalador amigo". Esse kit era composto por uma bolsa de ferramentas, martelo bola, fita isolante, chave de fenda, chave Philips e fixador de cabos.



## 7.1 MUTIRÃO DE INSTALAÇÃO

Com o intuito de garantir que os kits conversores e antenas estivessem devidamente instalados e aptos para receberem o sinal digital, a Seja Digital promoveu as ações de mutirões de instalação. Essas ações visavam garantir a correta instalação e sintonização dos canais, processo importante para o sucesso da digitalização das residências. Passando rua por rua, porta a porta, em bairros pré-selecionados, esses profissionais instalavam os Kits, verificavam a necessidade de ajustar os locais das antenas já instaladas e/ou sintonizavam de maneira correta os canais. Ao todo foram realizadas 21.741 mil instalações nos municípios de Boa Vista e Cantá no período de 02 de junho a 30 de agosto. Esse total equivale mais de 40% do total de 51 mil kits distribuídos.

## 7.2 MUTIRÃO DE SINTONIZAÇÃO

Os Mutirões de sintonização foram realizados pela equipe SEJA DIGITAL com o objetivo de realizar a sintonização de canais, que se estendeu pelo mês de outubro e atendeu diversos bairros de Boa Vista. A ação contribui diretamente para adequar a população para o desligamento do sinal digital. Foram atendidos seis mil domicílios que receberam além do serviço de sintonização, orientações da equipe técnica.



## 7.3 INSTALAÇÃO PREMIADA

Com o objetivo de estimular a instalação dos kits, antena e conversor, por parte dos beneficiários, a Seja Digital lançou a promoção Instalação Premiada. Esta promoção sorteou 10 vale prêmios no valor de R\$ 2.000,00 cada. Os sorteios foram quinzenais e aconteceram entre o período de 20 de junho à 14 de agosto de 2018.

SORTEIO 0	DATA DO SORTEIO	CONTEMPLADO	CIDADE
1	22/06/2018	NILCIMARA FERREIRA DA SILVA	CANTÁ
1	20/06/2017	MARIA NUBIA SILVA DUTRA	BOA VISTA
2	04/07/2018	MARIA DA CONCEIÇÃO DA SILVA	BOA VISTA
2	04/07/2018	LUCELIA BENTO	BOA VISTA
3	18/07/2018	MARIA DE JESUS PEREIRA DA CONCEIÇÃO	BOA VISTA
3	18/07/2018	SAMUEL LABIOSSEIRA DE CARVALHO	BOA VISTA
4	01/08/2018	JARNE PEREIRA DA SILVA	BOA VISTA
4	01/08/2018	LIANA AZEVEDO DA SILVA	BOA VISTA
5	14/08/2018	VERANICE COSTA DE LIMA	BOA VISTA
5	14/08/2018	SARA DE MORAES MENESES	BOA VISTA

## 7. INSTALAÇÃO



Seja  
:Digital

