

# RELATÓRIO DE ATIVIDADES CLUSTER MACAPÁ/AP



ENGAJAMENTO SOCIAL / PARCEIROS  
EMPODERADOS / COMUNIDADES ATUANTES; O  
MEIO DO MUNDO AGORA É 100% DIGITAL

### AGRADECIMENTOS

Macapá é reconhecida como a capital do meio do mundo por seus moradores. Na letra e na canção popular local que situa com precisão o seu endereço: “... na esquina do rio mais belo (*Rio Amazonas*), com a linha do equador.” Agora, a população da Região desfruta também, desde o dia 14 de agosto de 2018, de qualidade 100% digital em seus aparelhos de TV.

O processo de transição para o sinal digital em Macapá foi resultado de uma grande convergência de esforços, dedicação e empenho de centenas de pessoas que investiram seu tempo e trabalho para que o projeto fosse um sucesso.

Registra-se aqui os agradecimentos a cada pessoa que contribuiu na construção desta história de sucesso: equipe de mobilização; profissionais e equipes das prefeituras e governo do estado; parceiros da sociedade civil; voluntários; articuladores; jovens instaladores; supervisores e coordenadores das ações nos bairros; gestores, apresentadores, repórteres e técnicos das emissoras de radiodifusão; Faz Promoções; Pauta Comunicação & Marketing; gerência regional e equipe de suporte da Seja Digital.

Graças à entrega e empenho de vocês o sinal digital está por toda a parte em Macapá e região!

# Relatório de Atividades do cluster Macapá/AP

Sensibilização e engajamento de pessoas e comunidades que fazem a diferença

## 1. INTRODUÇÃO

A televisão é fonte de informação, comunicação e entretenimento, e possui uma capilaridade tremenda na sociedade brasileira. Trata-se de uma ferramenta que ocupa um espaço significativo e importante na vida de milhões de brasileiros. Nesse sentido a televisão contribui ativamente com o processo de formação de valores e princípio das famílias, disseminação de formas distintas de pensar e atuar num contexto social cada vez mais multicultural.

A migração do sinal analógico de TV para o sinal digital representa um grande avanço tecnológico e coloca o Brasil no mesmo patamar de outras grandes nações do mundo. A população continua a assistir gratuitamente sua programação favorita, todavia, usufruindo agora de uma qualidade de cinema, de áudio e vídeo, permitindo também mais interatividade durante a experiência do usuário. Outro avanço incrível é o fato de que o desligamento do sinal analógico de TV vai liberar a faixa de radiofrequência dos 700 MHz e permitir que as operadoras de telefonia móvel possam potencializar a tecnologia 4G, que é mais veloz, tem melhor qualidade, e maior cobertura, inclusive em ambientes fechados.

Esse processo de transição é sem dúvida um grande avanço tecnológico para a região, e isto feito de forma humanizada e sensível às comunidades locais; trata-se, fundamentalmente, de um processo de valorização das pessoas, de inclusão social e cidadania. A Seja Digital desenvolveu um trabalho que buscou estar próximo às pessoas, em cada bairro, em cada localidade urbana e rural, para informar, empoderar e engajar a população em cada etapa do processo, diariamente cumprida: sensibilização, agendamento, retirada e instalação. A missão foi “não deixar ninguém para trás”.

Como disposto em sua apresentação em seu site<sup>1</sup>: “ A Seja Digital (EAD – Entidade Administradora da Digitalização de Canais TV e RTV) é uma instituição não governamental e sem fins lucrativos, responsável por operacionalizar a migração do sinal analógico para o digital da televisão aberta no Brasil. Criada por determinação da Anatel, a entidade tem como missão garantir que a população tenha acesso à TV Digital, oferecendo suporte didático, desenvolvendo campanhas de comunicação e mobilização social e distribuindo kits gratuitos com antena digital e conversor com controle para as famílias de menor renda atendidas pelo Governo Federal. Também tem como objetivos aferir a adoção do sinal de TV digital, remanejar os canais nas frequências e garantir a convivência sem interferência dos sinais da TV e 4G após o desligamento do sinal analógico.

E para além do avanço tecnológico, a equipe da Seja Digital realizou uma série de articulações visando empoderar o máximo de parceiros e fortalecer as ações de promoção e mobilização nas comunidades. Houve um verdadeiro engajamento social, em que se oportunizou a inúmeras famílias participar dessa revolução da televisão

brasileira, tendo seu direito a comunicação garantido, e além disso, se voluntariando para multiplicarem esse engajamento diariamente em suas comunidades.

Dessa forma, este relatório demonstra a atuação da EAD na região do Cluster Macapá, localizado no meio do mundo, no contexto da Amazônia, onde se operacionalizou a transição para o sinal de TV 100% digital.

---

<sup>1</sup> [www.sejadigital.com.br/sobre](http://www.sejadigital.com.br/sobre)

## 2. O CLUSTER MACAPÁ/AP

A área de abrangência do Cluster Macapá englobou 3 municípios: Macapá, Santana e Mazagão.

DADOS GERAIS DO CLUSTER				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 regiões</li> <li>• 3 cidades</li> </ul>				
<b>População</b> <sup>4</sup> : 588,0 mil				
<b>Domicílios</b> <sup>1</sup> : 152,9 mil				
Classes Sociais <sup>2</sup> (% dos domicílios)				
	AB	C1	C2DE	C2/D/E não atendido
Cluster Macapá	22%	16%	61%	24%
Brasil	25%	22%	53%	23%
Programas Sociais <sup>3</sup> (% dos domicílios)				
	Nenhum	D+PS	BF	
Cluster Macapá	53%	17%	30%	
Brasil	59%	20%	21%	



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

<sup>2</sup>Distribuição de classe dos municípios conf. critério Cognatis 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

Com uma população de 588 mil habitantes, distribuídos em mais de 152 mil domicílios, a região se caracteriza por uma concentração significativa de pessoas entre as menos favorecidas (61%), acima da média nacional e com uma forte concentração demográfica estabelecida na capital, Macapá, que detém 79% dos domicílios e cerca de 71% do universo de beneficiários dos programas sociais e residentes na região.

Macapá e Santana possuíam aproximadamente 67 mil beneficiários com direito a receber o kit conversor gratuito, correspondente a mais de 90% do universo total previsto para o cluster inicialmente.

Esse cenário direcionou os principais esforços e a maior parte das ações a serem realizadas. O planejamento nas duas cidades demandou maior alocação de recursos no sentido de superar a grande dispersão dessa população residente nos bairros da capital e do município vizinho de Santana.

Dentro dos bairros que apresentavam maior população beneficiária dos programas sociais, havia a frequente ocorrência de “áreas de pontes”, isto é, aglomerados de casas em palafitas sobre regiões alagadas conectadas por meio de pontes de madeira, e em poucos casos, pontes de concreto.

Mazagão possuía volume menor de beneficiários, de cerca de 4 mil, e estavam concentrados na região rural do município.

Em linhas gerais, o trabalho na região tomou como estratégia inicial um forte processo de articulação e identificação de parceiros. A equipe de mobilização visitou os três municípios do cluster e estabeleceu reuniões de apresentação e articulação com secretarias consideradas estratégicas para o processo de mobilização:

Desenvolvimento Social, Educação e Saúde, além dos gabinetes das Prefeituras, com vistas a apresentar o projeto da Seja Digital e fomentar parcerias com o poder público para o desenvolvimento de atividades em conjunto, sensibilização e treinamento de servidores, utilização de espaços e das redes de comunicação para ampliar o alcance e a capilaridade da disseminação das informações sobre o processo de desligamento do sinal analógico e o programa de distribuição dos kits gratuitos.

Essa abordagem nos permitiu utilizar os mais diversos equipamentos mantidos pelas prefeituras (escolas, unidades de saúde, Centros de Referência e Assistência Social – CRAS, Centrais do Bolsa Família, etc.), locais em que foram colocados e disponibilizados os mais diversos materiais de comunicação como banners, cartazes e folders que ajudaram a posicionar e orientar a população para que todos estivessem preparados para a chegada do sinal digital.

As articulações realizadas renderam as assinaturas de dois termos de cooperação, com as prefeituras de Mazagão e Santana, que corroboraram o forte compromisso e engajamento no projeto. Outras articulações também foram realizadas ao nível do governo do estado por meio da Secretaria de Estado do Governo, dando ciência dos trabalhos nos municípios do cluster.



Outro trabalho fundamental para o comissionamento das ações foi o mapeamento das organizações da sociedade civil, de acordo com sua capilaridade e área de atuação, que permitiram, como resultado dos esforços de articulação, um envolvimento e engajamento direto de quinze organizações e mais de trinta lideranças comunitárias que atuaram efetivamente como facilitadores da disseminação da informação e da mobilização social em suas comunidades.

A equipe da Seja Digital construiu, com o apoio de vários atores, uma rede de parceiros bem articulada e empoderada para dinamizar toda a gama de ações de alcance para: a sensibilização dos beneficiários dos programas sociais nos municípios do Cluster Macapá; a realização dos agendamentos; a retirada do kit gratuito e; a instalação efetiva

dos aparelhos. Esse cenário favorável possibilitou as inúmeras atividades de mobilização social implementadas na região metropolitana de Macapá.

### 3. AÇÕES EXECUTADAS

O trabalho da Seja Digital no Cluster Macapá se desenvolveu de março a setembro de 2018 e utilizou uma linha estratégica de ação estabelecida a partir de quatro eixos complementares e frequentemente concomitantes: sensibilizar / agendar / retirar / instalar.

#### 3.1 Sensibilizar

Esse eixo focou na disseminação das informações acerca do desligamento definitivo do sinal analógico, destacando reiteradamente: a data, o que iria mudar, vantagens, esclarecimento de dúvidas e canais de atendimento. Buscou-se também informar exaustivamente sobre o processo de distribuição de kits gratuitos: quem tem direito, como receber, quais os canais para realizar o agendamento, etc.

Objetivo foi desde sempre não deixar ninguém para trás, multiplicar os conteúdos ao máximo por meio da rede de parceiros públicos e da sociedade civil. A ideia era tornar a operação de transição e adequação dos domicílios para o desligamento do sinal analógico um elemento do cotidiano das pessoas e que elas fossem capazes de tomar as atitudes corretas para se inserirem nesse processo.

Para tanto, optou-se por direcionar as ações para locais estratégicos com grande circulação de pessoas, abordando-as com a entrega de material informativo, gerando assim esclarecimento para o público. Foi importante também contar com a multiplicação e transmissão desse conteúdo para muitas outras pessoas (parentes, amigos e vizinhos) por meio do conhecido “boca-a-boca” e replicação via redes sociais dos usuários.

##### 3.1.1 Ações de rua

Inicialmente, as ações foram direcionadas aos principais corredores comerciais dos bairros mais populosos do Cluster por meio de panfletagens, por exemplo: bairros Central, Novo Horizonte, São Lazaro, Buritizal, Universidade, todos na Capital; e bairros Central, Fonte Nova, Paraíso, Remédios, Igarapé da Fortaleza, todos no município de Santana.

Utilizou-se promotores devidamente trajados com identificação da Seja Digital que abordavam as pessoas e entregavam material informativo, como também dando orientações sobre o desligamento do sinal analógico e prestando esclarecimentos sobre quais seriam as atitudes necessárias a serem tomadas (agendar/retirar/instalar) para que a população estivesse com seus domicílios preparados. Nesses corredores comerciais circulavam milhares de pessoas diariamente.



Tratando-se de espaços públicos com grande circulação de pessoas, cobriu-se ainda as principais feiras do agricultor em cada cidade, locais tradicionalmente conhecidos por receber pessoas de todas as classes. Criou-se, nesses ambientes, uma rotina semanal de ações de panfletagem, de pontos de aconselhamento móveis com promotores equipados com tablets para o agendamento. Cerca de 6 mil pessoas foram impactadas com essas ações in loco. As próprias emissoras de



TV se tornaram parceiras para o melhor aproveitamento das ações nas feiras, tornando-as como ponto referencial de divulgação das informações sobre o desligamento do sinal analógico.

Com o apoio dos consórcios de transporte público foram positivados os top 8 terminais rodoviários mais movimentados da região. Uma rotina de mobilização nesses locais foi criada por meio de promotores, equipados com tablets e folders com todas as orientações necessárias. Outro resultado dessa parceria foi a fixação de cartazes (frequentemente repostos) nas principais frotas de ônibus disponíveis na região metropolitana de Macapá. Nessa ação, durante três meses, mais de 20 mil usuários do transporte público foram potencialmente impactados pela positividade nos terminais e coletivos.



Também se buscou levar o processo de sensibilização às praças mais movimentadas da capital, onde se participou de várias ações sociais realizadas por secretarias do município de Macapá, como o dia da mulher, feiras do empreendedorismo da mulher, dia da criação do território do Amapá, 1º de maio, etc. A meta era estar o mais perto possível do público-alvo replicando a informação ao máximo.

Usando as informações disponibilizadas nos sistemas de informação da Seja Digital, reforçamos a atuação em bairros e ruas com alta concentração de beneficiários com direito ao kit conversor, e nessas localidades foram realizadas rotinas de ações porta-a-porta, também, com a presença de promotores equipados com tablet e folder que visitaram todas as casas nas ruas buscando ativamente a população para fazer o agendamento para retirada dos kits. Nas residências em que não foram atendidos, os promotores deixaram material informativo nas caixas de correios. Essa iniciativa foi desenvolvida em bairros como: Perpétuo Socorro, Pacoval, Novo Horizonte, Congós, Buritizal, entre outros, totalizando mais de 5 mil atendimentos.



Em três conjuntos habitacionais populares, na capital, foram desenvolvidos mutirões de agendamento. Esta atividade foi efetuada por meio da mobilização ativa das lideranças comunitárias que contribuíram na entrega de material informativo e na orientação dos beneficiários. Na ocasião, pequenas equipes foram treinadas para serem multiplicadores em suas comunidades.

Da mesma forma, algumas dioceses da Igreja Católica e denominações de igrejas evangélicas abriram as portas para que palestras rápidas sobre a Seja Digital fossem realizadas aos seus membros durante reuniões eclesiais no sentido de esclarecer dúvidas e incentivar a multiplicação da informação em suas comunidades. O objetivo era criar um movimento forte de divulgação dentro das igrejas. Foram executados posteriormente, inclusive, mutirões de agendamento em algumas dessas igrejas como resultado de compromissos assumidos durante as reuniões.

Finalmente, após uma negociação com a Companhia de Água e Esgoto do Amapá – CAESA –, foi possível incluir um espaço de divulgação do projeto nas faturas de cobrança entregues nos meses de junho, julho e agosto.

### 3.1.2 Trade

A articulação e mobilização junto ao trade de Macapá foi um eixo fundamental na estratégia de digitalização da população do Cluster. O foco foi estruturar e executar o Feirão da TV Digital em parceria com a Rede Amazônica de Televisão (representante local da TV Globo), a Fecomércio e lojistas.

Essa ação ocorreu na penúltima semana antes do desligamento, isto é, após um volume muito grande de ações de rua, de sensibilização, de agendamento e tira-dúvidas nas três cidades. Desta feita, a estratégia de organização do Feirão da TV Digital teve como meta possibilitar à parcela da população que não teve direito ao kit digital gratuito uma condição mais acessível com preços mais baixos e facilidades de pagamento, para comprar antenas, conversores e televisores e estar devidamente digitalizada. O resultado foi extremamente positivo, com a comercialização de cerca de 1 mil itens durante dois dias de realização.



A emissora de TV parceira fez uma grande divulgação e convite ao público-alvo, massificando a importância da presença da população, prestando esclarecimento sobre o desligamento do sinal analógico e criando um forte senso de urgência para a digitalização dos domicílios, o que contribuiu para o resultado total de mais de 3 mil visitantes ao espaço do evento. Vale dizer ainda, que cerca de 1 mil atendimentos foram realizados nos pontos de aconselhamento montados dentro do feirão, onde promotores com identificação da Seja Digital, munidos de folders e tablets tiraram dúvidas e realizaram agendamentos.

### 3.1.3 Imprensa

A equipe da Seja Digital fez um amplo trabalho de articulação para ocupar ao máximo os espaços ofertados pela imprensa local. Como fruto desse esforço, as portas das principais emissoras de radiodifusão local foram abertas, o que contribuiu significativamente para uma maior dinamização da divulgação das informações relativas ao desligamento do sinal analógico.

As visitas às redações das emissoras eram regulares, tendo como objetivo deixá-las a par do planejamento de mobilização nas três cidades, visando sempre emplacar semanalmente o máximo possível de matérias e conteúdos sobre a evolução da operação do Cluster Macapá e enfatizando informações sobre o agendamento do kit gratuito. Ao todo foram 168 entrevistas com porta-vozes entre programas de rádio e de TV, incluindo alguns dos programas com maior audiência na região como: Bom Dia Amazônia, APTV1ª e 2ª edições, Balanço Geral, Amapá Urgente e Programa Meio Dia. Além de várias notas e matérias em jornais impressos, sites e blogs.



### 3.2 Agendar

Este eixo prioritário focou diretamente em alcançar as pessoas que tinham direito a receber o kit gratuito. A estratégia utilizada foi buscar parcerias com entidades que pudessem nos conectar com esse público nas localidades com maior volume de beneficiários. Dessa forma, houve um grande engajamento de igrejas, centro de cultura afro, associações de bairro, centros comunitários, escolas, unidades básicas de saúde, cooperativas, entre outros.

#### 3.2.1 CRAS

As prefeituras de cada cidade foram importantes na fixação de 8 Pontos de Aconselhamento (PDA's) localizados nos CRAS. Cerca de 40 servidores foram treinados e cedidos para atuarem como voluntários no processo de atendimento e agendamento dentro desse equipamento público. Havia de 1 a 2 servidores treinados que diariamente davam orientação e agendavam beneficiários para a retirada do kit gratuito. Estes operavam no horário do expediente dos CRAS, entre 8h e 12h, com exceção da Casa do Bolsa em Macapá onde o expediente permanecia até às 14h.

Esses equipamentos públicos estavam localizados em bairros estratégicos para o projeto e permitiam inclusive a realização de outras atividades de sensibilização em suas dependências. Algumas caravanas foram realizadas com sucesso nessas comunidades a partir da articulação que os servidores desenvolveram naquelas localidades.

Uma situação negativa ocorreu entre os meses de junho e julho, próximo aos preparativos das eleições 2018, quando vários dos servidores cedidos pelas prefeituras foram exonerados de seus cargos e novos servidores assumiram, porém, sem o mesmo empenho e dedicação para realizarem o atendimento ao público do projeto. Nessa circunstância, promotores foram treinados e disponibilizados em alguns dos CRAS para darem continuidade ao atendimento.

CRAS	TOTAL GERAL			
	Agendamentos	Cadastros	Outros	Total
Casa do Bolsa Macapá	182	87	23	292
Pedrinhas	33	30	11	74
Céu das Artes	152	98	14	264
Cidade Nova	32	12	0	44
Santa Inês	34	8	2	44
Nova Esperança	27	13	0	40
Fazendinha	20	8	3	31
Bolsa Família Santana	125	76	64	265
CRAS Santana	77	39	12	128
CRAS Mazagão	34	44	16	94
<b>TOTAL</b>	<b>716</b>	<b>415</b>	<b>145</b>	<b>1.276</b>

### 3.2.2 Mutirões

Os mutirões ocorreram em locais de movimentos dos bairros com um trabalho de mobilização anterior via carro de som, rádio comunitária, principalmente. Essa ação buscava realizar o maior número possível de agendamentos para beneficiários e tirar dúvidas da população sobre o processo de digitalização.



A equipe de Pesquisa da Seja Digital compartilhou um mapeamento muito importante da ocupação territorial dos beneficiários, considerando a maior ocorrência destes em quinze bairros de cada cidade do cluster, além de demonstrar a ocorrência nas quinze principais ruas de cada bairro prioritário. Essas informações foram fundamentais para articular com lideranças comunitárias e definir os mutirões.

O perfil da ação se deu de duas formas, primeiramente buscando

ativamente as pessoas, circulando nas ruas, como também estabelecendo pontos fixos com voluntários e/ou promotores treinados para o melhor atendimento a população.

Além da atuação nos CRAS e da realização dos mutirões, as ações de agendamento também ocorreram através da presença de pontos de atendimento da Seja Digital em eventos sociais realizados por igrejas, cujo público-alvo foi as famílias das classes C2DE. Tanto na cidade de Macapá quanto em Santana, mais de 10 ações sociais como essa, com participação de pelo menos 1 mil participantes,



foram organizadas, em que os líderes comunitários dessas instituições religiosas atuavam diretamente na mobilização e organização dos eventos. Para essas ações eram disponibilizados promotores devidamente treinados, com identificação da Seja Digital munidos de tablets e material informativo para agendar e tirar dúvidas de toda população presente nesses eventos sociais abertos a toda a comunidade.

Já com as Secretarias Municipais de Assistência Social foram realizados treinamentos de servidores cedidos que atuaram rotineiramente como mobilizadores voluntários do projeto, realizando agendamentos e tirando dúvidas durante as ações de renovação de cadastramento no CadÚnico desses órgãos públicos. As secretarias realizaram mais de 20 ações de cadastramento na região urbana e rural, sempre contando com estes servidores treinados fazendo agendamentos e tirando dúvidas. Como resultado dessas ações das prefeituras, algumas demandas para a realização de caravanas digitais foram mapeadas e posteriormente implantadas, principalmente na região rural.

O resultado dessas ações foi de 2.115 agendamentos, 239 cadastros de interessados aprovados, além de 2.478 cadastros leads.



### 3.2.3 PDA Móvel

Considerando que os beneficiários de programas sociais se encontravam dispersos em vários bairros, percebeu-se a necessidade de se manter pequenas equipes em locais estratégicos dos bairros, como: paradas de ônibus, postos de saúde, centros comerciais, área portuária, feiras populares e associações de bairro. A mecânica dispunha de duas mesas e cadeiras para dois promotores com tablets e material informativo, e um supervisor para acompanhar o andamento da ação.

Semanalmente durante dois meses, com duração de 6 horas diárias, esses PDA's circularam por Macapá e Santana, totalizando 61 ações, 550 agendamentos, 122 cadastros de interessados e 2.745 leads.



### 3.2.4 Porta-a-porta (PAP)

Com base nas informações obtidas pelo BI e equipe de Pesquisa da Seja Digital, criou-se uma rotina diária de visitas PAP nas principais ruas com maior concentração de beneficiários de programas sociais nos bairros prioritários da capital Macapá e do município de Santana. Equipes com seis promotores utilizando tablets e material informativo, acompanhados de um supervisor, realizaram um trabalho de abordagem de casa a casa dando orientação sobre o desligamento do sinal analógico de TV para o digital, realizando agendamentos e fazendo cadastros, tendo em vista o compromisso de não deixar ninguém para trás. Nessa mesma abordagem, os promotores buscavam identificar também pessoas que



porventura tivessem retirado o seu kit gratuito, porém, sem tê-lo instalado ainda. Essa informação servia de base para o planejamento dos mutirões de instalação.

Foram realizados 57 ações PAP, e cerca de 7.200 pessoas foram impactadas.

### 3.2.5 Caravanas Digitais

As caravanas digitais desempenharam um papel muito importante tanto no processo de sensibilização e mobilização da população dentro dos bairros, como também para a realização efetiva de agendamentos.

A decisão de onde realizar essas ações foi feita a partir das informações repassadas pela equipe de Pesquisa da Seja Digital, do feedback dado pelos assistentes sociais das prefeituras e de articulações realizadas junto a vários líderes comunitários. A sistemática de trabalho se dava basicamente pela articulação prévia com os parceiros, divulgação em rádios comunitárias e canais de televisão, além do trabalho feito por carros de som um dia antes, convidando a comunidade do entorno para caravana digital.

A estrutura mobilizada para esses eventos dispunha de brinquedos infláveis, cama elástica, pipoca, picolé, jogos sobre a temática do desligamento do sinal analógico, apresentações culturais, guichês de atendimento com promotores utilizando tabletes para fazer o agendamento e outros promotores circulando no meio da população presente dando orientações e distribuindo panfletos informativos. Quatro formatos de caravanas foram executados: caravana em parceria com o município, caravana com o programa Balanço Geral da TV Record, caravanas nas escolas e caravana na Copa do Mundo.

Ao todo foram realizadas 24 caravanas em todo o cluster Macapá.

#### a. Caravanas na comunidade

As edições das Caravanas na comunidade foram realizadas em parcerias as prefeituras e contaram com uma estrutura com espaço para realização de atividades e ações com promotores para orientação e agendamento, tendo também o espaço kids com recreação e os jogos exclusivamente criados para ensinar as crianças sobre a transição do sinal de TV, além da entrega de brindes. Nesses eventos, as Secretarias Municipais de Assistência Social sempre levavam guichês com assistentes sociais realizando o Cadastro Único.



Algumas das caravanas nesse formato foram executadas dentro de espaços livres (quadra esportiva) dos próprios CRAS no sentido de atrair ainda mais a comunidade e fortalecer a ação dos pontos de aconselhamento fixos (PDA's) junto à população dos bairros atendidos.

Foram 13 edições das caravanas realizadas em Macapá, Santana e Mazagão, alcançando 5.200 pessoas.

### b. Caravanas com o Balanço Geral

Foi alinhado um formato diferenciado para três edições da Caravana Digital, junto a filiada local da TV Record, por meio do programa Balanço Geral, que assim como em outros estados possui uma excelente audiência por parte da população C2DE.

Articulamos com a comunidade em bairros prioritários e bons espaços foram cedidos por lideranças comunitárias e/ou religiosas. Nesses locais também se contou com a presença de promotores com tabletes para orientação à população, consulta e agendamento para a retirada dos kits e também houve a presença do mascote Digital, artista para elaboração de esculturas de balões e a tradicional distribuição de picolé e pipocas. A mecânica de mobilização permanecia, com carros de som circulando um dia antes convidando toda a população local para o evento.



O diferencial acontecia quando o apresentador do Balanço Geral, Luis Eduardo, chegava à caravana para realizar a gravação do programa, e dezenas de famílias se aproximavam para prestigiá-lo e também participar da gravação. Luís Eduardo interagiu de forma extremamente positiva e conseguia repassar muito bem as informações sobre a transição do sinal analógico de TV para o digital. Nesse formato havia um volume maior de participação da população durante o evento, o que contribuiu com bons depoimentos colhidos pelo apresentador, e a população sempre participava bastante.



Outra mecânica muito útil ocorria quando o apresentador se dirigia a residência de um morador daquele bairro, previamente identificado e selecionado por mobilizadores voluntários naqueles bairros, o qual não fosse beneficiário de nenhum programa social do governo federal e pudesse ser premiado com a doação e instalação de um kit conversor gratuito. Nesses casos, Luís Eduardo realizava a instalação explicando para toda a população em sua gravação o passo a



passo da instalação e criando assim um senso de urgência para que os beneficiários que retirassem seu kit, o instalassem imediatamente.

Foram realizadas 1 edição em Macapá e 2 em Santana. Cerca de 1.500 pessoas foram diretamente impactadas nos bairros e houve excelente repercussão após a exibição das gravações na TV.

### c. Caravanas nas escolas



Buscando ocupar e influenciar positivamente o espaço das escolas, considerando a capacidade de difusão da informação nesse ambiente, a equipe de operações local da Seja Digital levou caravanas digitais para algumas escolas municipais e estaduais. Em parceria com a Secretaria Municipal e Estadual de Educação se definiu as melhores localidades para execução desta ação. Sempre tendo como guia o fator dos bairros prioritários e com potencial de agendamento.

Nesse formato se buscou alinhar os trabalhos ao público escolar, com crianças e adolescentes, tirando o máximo de dúvidas sobre o desligamento, e utilizando material lúdico para tal. A presença do mascote Digital era fundamental para essas ações.

Em algumas escolas foi possível convidar também a comunidade para participar juntamente com seus filhos e assim dialogar com todos e prestar o devido atendimento com agendamentos e até mesmo identificar se os beneficiários estavam de fato instalando seus kits conversores.

Foram realizadas 7 edições com um total de 2.800 pessoas impactadas pelas ações.



### d. Caravana na Copa do Mundo

Tendo em vista o início da Copa do Mundo 2018 e o grande movimento de toda a população brasileira em favor da Seleção nacional, a equipe da Seja Digital buscou se articular e mobilizar junto a Federação Amapaense de Futebol, a Associação de Moradores do conjunto habitacional Macapaba - o maior condomínio social do programa Minha Casa Minha Vida no Norte do Brasil - com vistas a organizar a transmissão do primeiro jogo do Brasil juntamente com a realização de uma grande caravana para toda aquela população, cerca de 20 mil pessoas.



O trabalho prévio de mobilização no condomínio foi feito, e o convite foi estendido a outros bairros do entorno no sentido de reunir o máximo de pessoas na praça central do Macapaba.

Foi montada uma grande estrutura com tendas 10x10m, um telão de 3x3m, espaço de recreação para crianças, distribuição de pipoca e picolés, sorteio de brindes da Seja Digital, 10 guichês de atendimento ao público com promotores e tabletes para o agendamento. Foi convidado ainda o grupo de mulheres artesãs do conjunto habitacional que então fez a exposição e comercialização dos seus produtos.

A Rede Amazônica/Globo fez a cobertura da caravana com o objetivo de valorizar a ação da Seja Digital e demonstrar o trabalho de percorrer cada bairro e cada localidade sem deixar ninguém para trás. A equipe da emissora ainda foi à casa de alguns moradores do condomínio para coletar alguns depoimentos sobre a qualidade do sinal digital durante a Copa do Mundo.



A ação possibilitou 203 agendamentos, 168 cadastros de interessados e 87 leads. Total de pessoas impactadas foi de 3 mil pessoas.

### 3.3 Retirar

Para garantir sempre o melhor atendimento ao público, a equipe da Seja Digital realizava visitas frequentes aos Pontos de Distribuição (PDR) no sentido de acompanhar a qualidade do atendimento. Isso significou um relacionamento muito próximo com a equipe de logística e dos Correios, os operadores dos PDR's.

Houve um caso com moradores da localidade rural do Maruanum que necessitaram de um apoio de transporte para o trajeto ida e volta de 40 km até o Ponto de Retirada mais próximo localizado na zona norte de Macapá. Uma ação de cuidado foi necessária, com a providência de almoço e lanche para as famílias.

Outra ação bastante significativa nesse eixo importante foi a doação de kits digitais para instituições sem fins lucrativos trabalhando com menores em vulnerabilidade social,

hospitais, escolas públicas, órgãos públicos de apoio e recuperação de menores, entre outros. Ao todo foram mais de 300 kits digitais doados.

### 3.4 Instalar

Esse eixo recebeu atenção especial visando ajudar a população local no processo de instalação dos kits digitais retirados nos PDR's, tendo em vista que a população C2DE do cluster Macapá poderia apresentar grandes dificuldades para a execução desse procedimento. A estratégia adotada foi, a partir das informações geradas da equipe de Pesquisa da Seja Digital, realizar vários mutirões de instalação que percorreram os bairros prioritários por concentração de beneficiário com kit gratuito retirado, mas ainda não instalado, isto é, sem ter gerado o código de instalação premiada em seu aparelho televisor.



Para desenvolver essa atividade se optou por trabalhar com jovens e adultos das comunidades /bairros onde seriam realizados os mutirões. Esses candidatos foram selecionados a partir da indicação de associações de bairros e igrejas com as quais houve um forte trabalho de articulação e mobilização durante a operação de agendamento. Foram formadas e treinadas seis equipes de dez instaladores e um supervisor para cada.

Todo o trabalho foi feito com bastante segurança, com uso obrigatório dos EPI's necessários e acompanhamento devido dos supervisores selecionados, que já possuíam experiência nesse segmento no mercado de trabalho.

A Agência de Promoção de Eventos local ficou encarregada desse processo de treinamento e coordenação de toda a logística e mapeamento de desempenho das equipes. Criou-se um mecanismo de bonificação para as duas duplas de cada equipe que mais produzissem durante todo o ciclo de mutirões, isto é, cada instalador da dupla com melhor performance receberia mais um salário como reconhecimento.

Ao final, as equipes realizaram 95 mutirões e tiveram um desempenho de 10.112 instalações, incluindo ajustes mais eficientes de cabos ou resintonização do conversor buscando mais canais digitais. Todo esse esforço foi necessário para garantir à população a inclusão no processo de digitalização, e consequentemente alcançar o índice necessário para realizar o desligamento do sinal analógico na data previamente estabelecida.



#### 4. INSTALAÇÃO PREMIADA



Ainda focando em estimular os agendamentos, as retiradas e a instalação imediata dos kits digitais por parte dos beneficiários dos programas sociais do governo federal, a equipe de Comunicação da Seja Digital estruturou a campanha Instalação Premiada.

A campanha tinha uma mecânica muito simples e bastante conhecida pela população local. A cada quinze dias, duas pessoas eram sorteadas e recebiam um cartão com valor de R\$ 2.000,00 para utilizarem como desejassem. 39.084 pessoas participaram da campanha, equivalente a 52,3% do universo total de beneficiários, um recorde nacional considerando o percentual total de um cluster, e houve ganhadores em cada cidade do cluster.

Ao final da campanha foram realizados 5 sorteios e o total de 10 ganhadores.

## 5. CONCLUSÕES

O trabalho desenvolvido pela Seja Digital no Cluster Macapá construiu uma rede de parceiros capaz de articular e mobilizar a população de forma dinâmica com o objetivo de criar um movimento popular geral de interesse e urgência sobre o desligamento do sinal analógico. Em cada articulação visou-se valorizar as pessoas e seu direito de se digitalizar, fornecendo informação, demonstrando o compromisso com a sociedade, agindo sempre com muita dedicação e engajamento de toda a equipe de trabalho.

Não se mediu esforços para engajar ao máximo a sociedade civil, deslocando-se para todas as localidades, fosse na região urbana, fosse na região rural, levando em frente a missão da Seja Digital de não deixar ninguém para trás. Cada conversa, cada diálogo refletiu a vontade de entregar à população de Macapá, Santana e Mazagão não somente os kits gratuitos, mas também levar cidadania e acesso a informação por meio desse projeto de abordagem muito humana e responsável.

Vale destacar o compromisso e expertise da equipe local de operações da Seja Digital, que foi incansável e fundamental para o planejamento e execução de tantas frentes de trabalho, ocorrendo muitas vezes simultaneamente. Vale reconhecer o engajamento das prefeituras e de seus servidores que se empenharam diariamente para sensibilizar cada pessoa, em cada evento, em cada região, buscando sempre maximizar o alcance do trabalho. Destaca-se também a importância definitiva da imprensa local que esteve acompanhando bem de perto cada etapa do processo de transição, cobrindo ao máximo a operação e informando a população rotineiramente para que ninguém ficasse sem ver TV.

Em suma, o desligamento do sinal analógico no “meio do mundo e às margens do rio mais belo (Rio Amazonas)” é o resultado de um grande engajamento social de atores que cooperaram entre si com o objetivo de valorizar pessoas e garantir à população o acesso à televisão 100% digital.