
Relatório de Administração

EBC

APRESENTAÇÃO

O ano de 2013 foi marcado pela continuidade da reorganização interna decorrente do Plano Estratégico aprovado em 2012, com prioridade na diversificação e ampliação das receitas, racionalização dos custos, busca da qualidade técnica e operacional, evolução da audiência e qualificação profissional do quadro de empregados.

Os avanços na gestão foram norteados por três eixos estratégicos: Organização Administrativa, Missão e Resultados e Qualidade dos Produtos e Serviços.

O eixo Organização Administrativa teve como destaque a decisão favorável sobre a legalidade da Contribuição de Fomento à Radiodifusão Pública, ainda que em primeira instância judicial, decisão que permitirá ampliar investimentos e garantir sustentabilidade à empresa.

Destaca-se também a aprovação, pelo Tribunal de Contas da União, de modelo de contratação por credenciamento, base legal do regime de contratação simplificada da EBC, que possibilitará agilidade no processo de contratação e ampliação de receitas por meio da prestação de serviços.

O ano de 2013 foi dedicado à reestruturação da empresa e à internalização de atividades que desde 2009 vinham sendo desenvolvidas pela Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp), por meio de contrato de gestão. O quadro de empregados foi acrescido de 318 novos empregados concursados para desempenhar as atividades internalizadas. Mesmo com as dificuldades enfrentadas e o projeto de reorganização interna ainda em curso, em 2013, a EBC alcançou recorde no faturamento de receitas próprias com o crescimento de 296% relativamente aos últimos quatro anos.

O eixo Missão e Resultados promoveu uma nova fase da Gestão Estratégica da Empresa a partir do aprimoramento do planejamento e monitoramento sistematizados. O objetivo foi assegurar a evolução dos indicadores institucionais de resultados do PPA 2012/2015 e a execução do Plano de Trabalho 2013.

Em 2013, a EBC levou a comunicação pública por meio de suas emissoras de rádio e televisão aberta a 3.580 municípios - 64% dos municípios brasileiros – onde vive 85% da população, pela rede própria e rede parceira. A Rede Nacional de Comunicação Pública de Televisão expandiu, ampliando seu alcance para 55 geradoras, 728 retransmissoras de TV aberta terrestre próprias e de parceiras.

A programação da TV Brasil foi também disponibilizada para 15 milhões de assinantes de TV a cabo e para aproximadamente 20 milhões de domicílios que recebem o sinal por antena parabólica. A TV Brasil Internacional exibiu conteúdos para 65 países de quatro continentes, atendendo a demanda de informação dos brasileiros que residem no exterior e de países de língua portuguesa.

Ao longo do ano de 2013, as pesquisas de audiência indicaram que aproximadamente 2,5 milhões de pessoas assistiram diariamente a programação da TV Brasil, por meio da televisão aberta, em seis das principais capitais brasileiras, incluindo suas regiões metropolitanas, em quatro regiões do país.

Destacamos a programação direcionada ao público infantil que diariamente é assistida por aproximadamente 1,2 milhão de telespectadores.

O Portal EBC alcançou a média de 1,3 milhão de visitantes únicos ao mês e posicionou-se em 117º lugar no ranking de popularidade nacional e em 4.055º no ranking mundial, de acordo com dados da internet. A Agência Brasil registrou um aumento de 151% nas visitas à sua página na internet, alcançando a marca de 7,2 milhões de visitantes únicos no mesmo período.

Durante o período, as plataformas de rádio, televisão e web foram responsáveis pela difusão de mais de 140 mil horas de conteúdos informativos, educacionais, artísticos, culturais, científicos, de cidadania e recreação que contribuem para a formação crítica das pessoas.

Nesse cenário, a TV Brasil passou a oferecer legendagem oculta em 99,2% da sua programação, atendendo às necessidades de pessoas com deficiência auditiva, além de cinco horas e meia semanais, em média, de audiodescrição, superando a previsão legal de quatro horas semanais, recurso direcionado às pessoas com deficiência visual.

Com relação ao eixo Qualidade dos Serviços e Produtos, destacamos a produção e exibição de conteúdo infantil. Como canal público, a TV Brasil prioriza a programação para esse público, reservando a faixa etária que vai da pré-escola à adolescência, seis horas diárias com conteúdos que prezam pela qualidade, com temas que tratam de educação, cultura, meio-ambiente e cidadania.

A Copa das Confederações da FIFA foi o grande destaque da Rede de Rádios, assim como o tombamento, pelo Patrimônio Histórico Nacional, do Edifício A Noite, que voltará a abrigar a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, após ampla reforma.

O programa jornalístico Caminhos da Reportagem se mantém na liderança de premiações recebidas pelos programas da TV Brasil. Em 2013 recebeu prêmios nacionais e internacionais.

Ainda em 2013, dois grandes eventos, sediados na EBC, marcaram o ano: o Colóquio Internacional de Ouvidorias de Comunicação Pública e o IV Fórum Internacional de Mídias Públicas da América Latina que contou com a participação de representantes de países das Américas e da Europa. A Empresa recebeu também os representantes da União Latino-Americana das Agências de Notícias (ULAN) e da Aliança das Agências de Informação em Língua Portuguesa (ALP). Ambos encontros fortaleceram as relações para a produção e divulgação de notícias em português e espanhol, oferecendo alternativas ao eixo norte-norte.

Destacamos também o Projeto Brasil 4D, que tem o objetivo de promover o desenvolvimento com democracia e diversidade por meio das tecnologias digitais. Foi realizado em 2013 o primeiro teste com 100 famílias beneficiárias do Programa Brasil Sem Miséria de João Pessoa, na Paraíba. A inovação tecnológica possibilitou o uso da televisão digital para realizar interação entre as famílias selecionadas e as informações e serviços públicos disponibilizados por meio da TV. Os resultados apontaram benefícios como a facilidade no uso da televisão como ferramenta de acesso, assim como a redução de tempo e despesas com deslocamentos para obtenção de informações e acesso aos serviços públicos que faziam parte dos testes.

O Projeto Brasil 4D prevê a realização de dois novos testes em grandes capitais brasileiras para consolidar a tecnologia enquanto instrumento de inclusão.

Houve avanços na melhoria da qualidade do sinal, com a implantação da digitalização do sistema de transmissão de televisão, assim como a estreia dos estúdios de jornalismo e da nova redação, em Brasília.

O planejamento para 2014 priorizará eventos jornalísticos, como a cobertura da Copa do Mundo e das Eleições no Brasil, de repercussão internacional. A EBC será a anfitriã do evento do Public Broadcasters International (Emissoras Públicas Internacionais) a ser realizado no Rio de Janeiro que contará com a participação de altos representantes de emissoras públicas de televisão de todo o mundo.

Em continuidade ao projeto de digitalização do sistema de transmissão de televisão, em 2014, a EBC transferirá do Rio de Janeiro, para Brasília, a central de transmissão técnica de televisão inaugurando a emissão do sinal digital em sua totalidade que proporcionará ainda mais melhorias na qualidade do sinal emitido pela TV Brasil.

Como forma de enriquecer ainda mais a programação infantil da TV Brasil que já é referência, em 2014 serão lançados novos programas com foco na valorização da diversidade cultural regional e também na eco sustentabilidade.

CONJUNTURA

Os canais de radiodifusão pública no Brasil e no mundo tem conquistado seu espaço junto à sociedade, como uma via complementar de acesso à informação.

Em 2013, os esforços empreendidos pela EBC foram orientados para atender as expectativas da sociedade com relação à informação, cultura e entretenimento.

A pesquisa International Perceptions of TV Quality, contratada pela British Broadcasting Corporation – BBC com o objetivo de avaliar a qualidade da programação das televisões no mundo apontou a TV Brasil como a 3ª emissora com melhor qualidade de programação do país, sendo precedida pela TV Cultura e TV Globo, 1ª e 2ª colocadas, respectivamente. O estudo foi realizado em 14 países e publicado em 2013.

Ainda de acordo com a mesma pesquisa, o Brasil é o 6º colocado no ranking mundial, em relação à qualidade de programação das emissoras de TV.

Os indicativos da pesquisa demonstram a efetividade das estratégias adotadas pela EBC para o alcance dos resultados no ano de 2013.

Essas estratégias estão respaldadas na observação dos hábitos de consumo de mídia da população brasileira trazidos pela segunda edição da Pesquisa Brasileira de Mídia, realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (SECOM/PR). O objetivo da pesquisa foi descrever as mudanças tecnológicas e comportamentais que afetam a utilização dos meios de comunicação pelos brasileiros, além de contribuir para a qualificação da comunicação entre o Governo Federal e a Sociedade.

A pesquisa aponta que 97% dos brasileiros entrevistados utilizam a TV, 61% ouvem rádio e 47% acessam a internet. Jornais e revistas impressos são menos consumidos pela população e alcançam, respectivamente, 25% e 15%.

Desta forma, a EBC está sintonizada com as transformações sociais, assim como atenta ao poder que a comunicação pública tem para influenciar positivamente na formação do cidadão, por meio dos veículos de comunicação nas três plataformas: TV, Rádio e Web.

A EBC tem a missão de resguardar o interesse público no campo da comunicação fazendo valer o direito do cidadão ao acesso à informação. Para isto adotou todas as medidas de gestão necessárias para o cumprimento de sua missão.

ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A Empresa Brasil de Comunicação – EBC aprovou em agosto de 2012 seu Plano Estratégico para o período de 2012/2022, quando definiu também sua missão, visão e valores, bem como objetivos estratégicos, projetos e prioridades para os próximos 10 anos. Além disso, suscitou ajustes no PPA 2012/2015, no sentido de garantir o cumprimento da missão institucional da Empresa.

Missão: Criar e difundir conteúdos que contribuam para a formação crítica das pessoas.

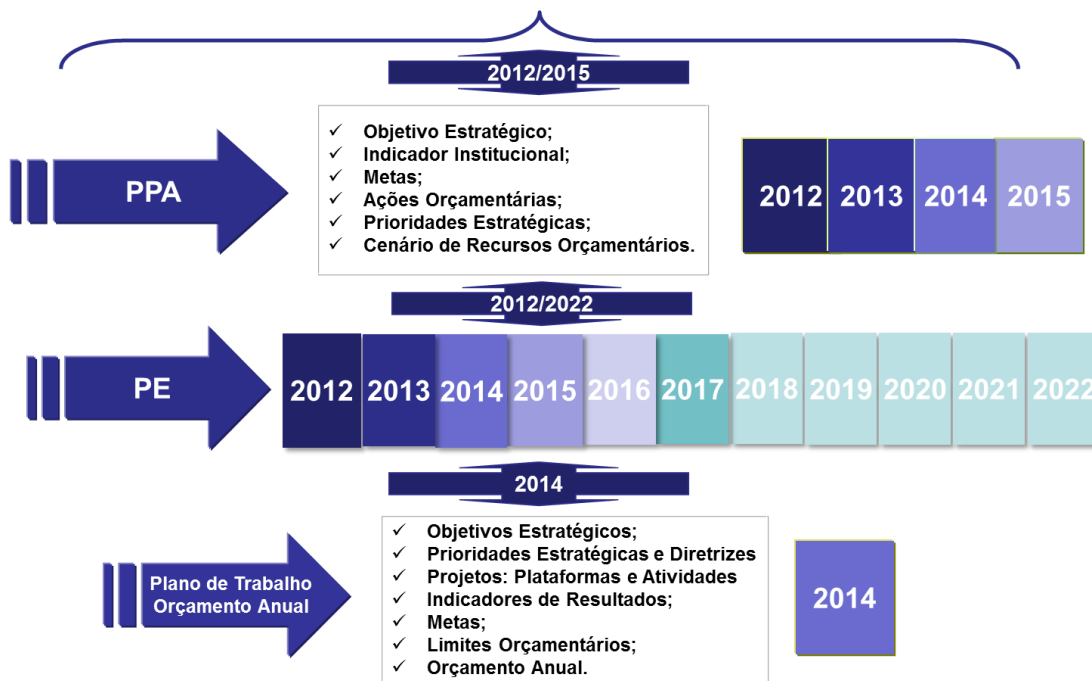
Visão de Futuro: Ser referência em comunicação pública.

Valores: Temos compromisso com a comunicação pública; Praticamos a independência dos conteúdos, a ética, a transparência e a gestão participativa; Defendemos os direitos humanos, a liberdade de expressão e o exercício da cidadania; Valorizamos as pessoas e a diversidade cultural e regional brasileira; e Cultivamos a criatividade, a inovação e a sustentabilidade.

Gestão da Estratégia

A estratégia de atuação da EBC para 2012-2015 resultará da integração do Plano Estratégico, do PPA e do Plano de Trabalho Anual que devem ser monitorados para assegurar a superação dos objetivos, o cumprimento da missão e o alcance da visão de futuro.

PLANO ESTRATÉGICO – PPA E PLANO DE TRABALHO ANUAL



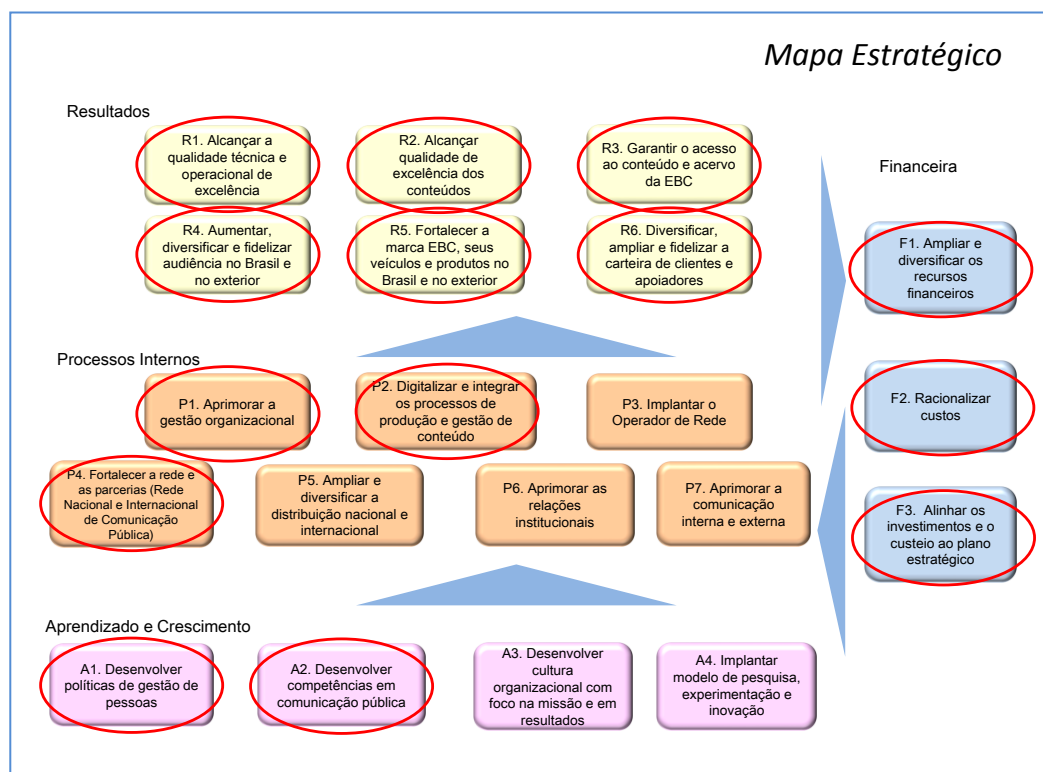
As Diretrizes que orientaram a EBC na elaboração do seu PPA 2012-2015 buscaram estabelecer, a partir do aprendizado dos ciclos de planejamentos já realizados:

- um conjunto de prioridades e metas com foco em resultados das plataformas – TV, Rádio e Web - que orientam as ações da EBC para o período do PPA;
- o alcance dos objetivos estabelecidos no Mapa Estratégico da EBC;
- a construção dos Planos de Trabalho Anuais que atendam efetivamente a essas prioridades;
- o desenvolvimento e aperfeiçoamento de projetos, produtos e serviços direcionados aos segmentos de público/foco da EBC.
- O aprimoramento da gestão e da atuação integrada da EBC em prol da Comunicação Pública

A estratégia é decorrente da segmentação dos produtos e serviços ofertados pelas plataformas de veículos e serviços da EBC, e é definida por um conjunto de objetivos, prioridades e metas, que serão desdobrados nos respectivos Planos Plurianuais e Plano de Trabalho da Empresa.

A partir das definições dos desafios da EBC, foram priorizados em 2013 14 objetivos estratégicos, circulados na figura abaixo. As prioridades indicaram o foco e orientaram a elaboração do Plano de Trabalho de 2013.

O Mapa Estratégico da EBC, a seguir, tem a função de orientar as ações e decisões que envolvem todos os níveis da organização.



Os objetivos estratégicos acima foram priorizados para indicar a direção que todos os empregados, dirigentes, conselheiros e parceiros da EBC deverão concentrar seus esforços no período de 2012 a 2015, período idêntico ao do PPA. Os objetivos priorizados permitirão que a Empresa alcance resultados alinhados com sua missão.

Em 2013 as ações priorizadas pela EBC foram:

Plataformas TV, Rádio e Web

- Promover a melhoria da qualidade de recepção do sinal de radiodifusão terrestre;
- Integrar oferta de conteúdos nas diversas plataformas;
- Qualificar a produção e aquisição dos conteúdos para as diferentes plataformas, a fim de conquistar a confiança e fidelidade das audiências;
- Assegurar a difusão nas grades de programação das plataformas de radiodifusão terrestres e internet os conteúdos segundo os percentuais das temáticas que constam na lei da EBC.

Plataforma Captação

- Ampliar a captação de recursos, para diversificar o financiamento da missão da EBC, buscando apoios e patrocínios do setor privado e recursos incentivados, para tornar viável e diversificada a prestação de serviços aos órgãos públicos.

Plataformas TV e Rádio

- Resguardar o cumprimento dos percentuais mínimos de 10% conteúdo regional e 5% de conteúdo independente nas grades de programação da radiodifusão terrestre.

Gestão e Relacionamento

- Consolidar a Rede Nacional de Comunicação Pública para a radiodifusão terrestre;
- Posicionar os canais no alinhamento digital virtual e dos canais fechados, para que fiquem mais próximos das redes nacionais e locais;
- Intensificar a articulação institucional para a liberação dos recursos da Contribuição para o Fomento da Comunicação Pública, depositados em juízo pelo setor de Telecomunicações;
- Promover a modernização dos instrumentos de gestão organizacional da empresa;
- Desenvolver as ferramentas de gestão de pessoas para assegurar o desenvolvimento de competências e habilidades profissionais do corpo funcional da empresa;
- Implantar e integrar os sistemas de gestão de informações gerenciais da EBC.

DESEMPENHO ECONÔMICO-FINANCEIRO

A EBC administrou ativos no valor de R\$ 431,4 milhões, destacando-se neste grupo o imobilizado com R\$ 191,8 milhões, e, o intangível com R\$ 86,5 milhões. Constitui relevância ao ativo intangível a aquisição de obras audiovisuais que, no exercício, teve crescimento de 29,2% em relação ao ano de 2012.

O patrimônio líquido em 2012 somou R\$ 323,0 milhões, e em 2013 cresceu 4,5% contabilizando R\$ 337,7 milhões.

O lucro auferido em 2013, R\$ 14,6 milhões, obteve rentabilidade de 4% sobre o patrimônio líquido. O lucro comparado com o resultado de 2012, R\$ 17,3 milhões, apresenta decréscimo de 15,6%. A redução vincula-se à realização de investimentos. No ano de 2013 foram realizados R\$ 35,4 milhões, nessa rubrica, e no exercício de 2012 R\$ 43,1 milhões.

ÍNDICES	2012	2013
Participação de capitais de terceiros (endividamento)	23%	28%
Imobilização do patrimônio líquido	86%	82%
Liquidez geral	1,59%	1,63
Liquidez corrente	1,41%	1,46
Liquidez seca	1,32	1,41
Rentabilidade do ativo	5%	4%
Rentabilidade do patrimônio líquido	6%	4%

Fonte: DIAFI

Os índices de liquidez geral, liquidez corrente e liquidez seca, demonstram que a EBC tem uma situação confortável de solvência, tendo capacidade suficiente para honrar seus compromissos econômico-financeiros.

O elevado índice de imobilização apresentada deve-se principalmente ao tempo de criação da empresa (06 anos) e a necessidade de implantação e modernização de sua infraestrutura operacional.

O endividamento da EBC restringe-se às contas de curto prazo, principalmente obrigações que passarão pela estrutura orçamentária quando do reconhecimento do seu pagamento. Destacam-se neste caso as provisões para férias e indenizações trabalhistas, essa última totalizou R\$ 41,0 milhões em 2013 e cresceu 33,5% em relação aos R\$ 30,7 milhões de 2012. Os valores provisionados nas indenizações trabalhistas estão classificados em dois grupos, os pertencentes à fase de conhecimento, em que se discute o mérito da ação, e à fase de execução da sentença, em que há valor definido.

A receita própria faturada em 2013 foi de R\$ 99,1 milhões e a arrecadada R\$ 64,6 milhões. A diferença de R\$ 34,5 milhões se refere a créditos a receber R\$ 30,60 milhões, desconto incondicional (comissão de agenciamento) R\$ 2,7 milhões e cancelamentos R\$ 1,2 milhões.

**RECEITAS DE CAPTAÇÃO E PRESTAÇÃO DE
SERVIÇOS EM 2013 (em milhões de R\$)**

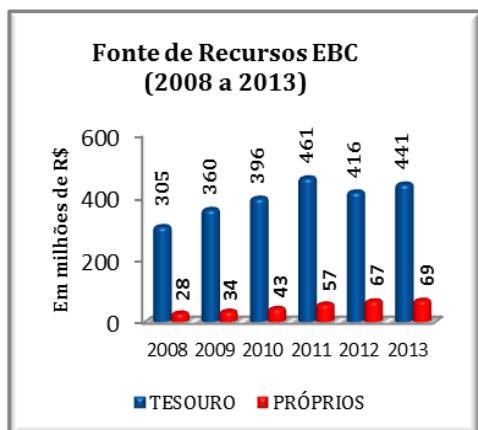
TIPO DE RECEITA (PRODUTO/SERVIÇO)	2012	2013
Apoio Institucional	11,80	15,51
Publicidade Legal	22,26	23,23
Mídia Impressa	8,38	11,18
Serviços Técnicos de TV e Áudio e Serviços de Radiodifusão	36,67	48,96
Outros Serviços (TV, Rádio e Internet)	0,48	1,42
Licenciamento	0,08	0,044
Total	79,6	100,3

Em 2013, a EBC alcançou a receita de venda de R\$ 100,30 milhões com a comercialização de produtos e serviços. As receitas auferidas com o Mídia Impressa obtiveram crescimento em relação a 2012 da ordem de 33%, subindo de R\$ 8,38 milhões para R\$ 11,18. Resultado a se destacar, considerando as perdas de conteúdo de jornais importantes, por força de decisões liminares da justiça. O aumento é fruto de ações de prospecção e ampliação da carteira de clientes, de ajustes e revisões

dos contratos vigentes baseado em nova tabela de preços. A perda de conteúdos foi compensada com a ampliação do conceito de monitoramento para outras mídias, como rádio e TV, de seus principais programas jornalísticos. Foi dado início, ainda em 2013, o projeto de remodelagem do produto para uma plataforma digital.

Outro destaque é o crescimento, de 32%, dos serviços de radiodifusão, de R\$ 36,97 milhões para R\$ 48,96, baseado na melhoria de qualidade da operação, produção e programação, concentrada principalmente na TV NBR. Uma TV com grade ampliada de programação, mais dinâmica, com o reforço do conceito de "news".

A Publicidade Legal cresceu sua receita de R\$ 22,26 milhões para R\$ 23,23. Um aumento 4,4% em relação a 2012. As receitas com publicidade institucional avançaram em 12% em 2013 frente a 2012, passando de R\$ 13,88 milhões para R\$ 15,50 milhões.



As receitas próprias realizadas (comercial, financeira e outras) atingiram 68,9 milhões, equivalentes a 66,8% do valor estipulado no orçamento aprovado. Os valores a receber do contrato SECOM/PR influenciaram negativamente na baixa execução do exercício. Destaca-se, todavia, que o recebimento desses valores está previsto para o 1º trimestre de 2014.

DESEMPENHO OPERACIONAL

Em 2013, a EBC levou a comunicação pública a 3.580 cidades brasileiras - 64% dos municípios do país – onde vive 85% da população (163.112.374 pessoas), pela rede própria ou emissoras parceiras. A Rede Nacional de Comunicação Pública de Televisão ampliou seu alcance para 55 geradoras e 728 retransmissoras de TV. A programação da TV Brasil foi também disponibilizada para 15 milhões de assinantes de TV fechada, e cerca de 20 milhões de domicílios que recebem o sinal por antena parabólica. A metodologia utilizada para o levantamento dos municípios considerou o contorno de cobertura estabelecida pela regulamentação técnica do Ministério das Comunicações e ANATEL.

O empacotamento das plataformas de Rádio, televisão e WEB difundiu mais de 140 mil horas de conteúdos informativos, educacionais, artísticos, culturais, científicos, de cidadania e recreação que contribuem para a formação crítica das pessoas. A TV Brasil Internacional exibiu conteúdos para 65 países de quatro continentes, atendendo a demanda de informação dos brasileiros que residem no exterior e de países de língua portuguesa.

No decorrer do ano, a EBC, por meio de seus macroprocessos finalísticos (operacionais), dedicou-se a dar sustentabilidade às ações e políticas voltadas para sua missão primordial, que é a de prestar serviços de radiodifusão pública, visando a garantia do direito à comunicação e à promoção da cidadania e da diversidade.

Assim, para garantir a produção de conteúdo e de programas, próprios e de parceiros, 24 horas nas grades de programação da TV Brasil, nas emissoras de rádio e no portal da EBC, a Empresa planejou e executou a inserção de novos programas, a produção e veiculação de campanhas e peças de serviços e utilidade pública, bem como a produção de conteúdos especiais em múltiplas plataformas, além de realizar coberturas e transmissões ao vivo de importantes eventos.

Ao longo de 2013, a TV Brasil esteve no ar durante 8.460 horas. Foram elaboradas 119 grades e 820 roteiros de exibição para TV Brasil Rede e TV Brasil Rio. As grades geraram 13.166 inserções de programas nos sistemas de grades diárias da TV Brasil. Foram cadastradas 3.283 obras no iAcervo.

Da programação veiculada, 7.800h tiveram closed caption (legenda oculta) e 233 horas tiveram audiodescrição.

Em 2013, 39 % da programação exibida foi produzida pela própria EBC, 2% a mais que em 2012. Mais de 53% foi composta por conteúdos adquiridos mediante licenciamentos (31,2%) e parcerias (22,1%) e pouco menos de 8% realizada em regime de coprodução. Em 2012, o percentual adquirido de licenciamentos e parcerias foi de 63%, sendo 3% de coprodução. A produção própria se dedicou ao desenvolvimento de projetos que foram lançados no segundo semestre, como as novas temporadas ABZ do Zivaldo, Aglomerado, Samba na Gamboa e Sem Censura e as novas produções Memória do Brasil e O Teco Teco.

A EBC, por meio da TV Brasil, superou em mais de 300% a cota legal de exibição de produção independente, atingindo o percentual de 22,4% em média, com acréscimo de 49% em relação à produção independente (15%) em 2012. A produção regional teve aumento significativo em 2013, atingiu 31% do total exibido, um acréscimo de 210% em relação à exibição do conteúdo regional (10%) em 2012. O conteúdo internacional permeou cerca de 24% da programação anual.

Todas essas ações foram analisadas e aprovadas pelo Comitê de Programação e Rede, contribuindo assim para a sinergia entre os veículos da Empresa, e também para que alguns projetos pudessem ser realizados com transmissões simultâneas e tivessem um aproveitamento em outras grades de programação.

A programação direcionada ao público infantil diariamente foi assistida por pelo menos 1,2 milhão de telespectadores. Em 2013, foi mantida a exibição de seis horas diárias com conteúdos voltados a faixa etária que vai da pré-escola à adolescência, com temas que tratam de educação, cultura, meio ambiente e cidadania.

Outro foco prioritário da programação da TV Brasil, em todos os veículos, foi a consolidação dos valores e a discussão de temas ligados aos Direitos Humanos. A participação da EBC no Fórum Mundial de Direitos Humanos foi intensa, tanto nos debates quanto na divulgação deles, incluindo a criação de uma Rádio “temporária” para a transmissão local das discussões, como o que foi feito em 2012, durante a Rio+20.

Levando as discussões para a prática, a TV Brasil passou a oferecer legendagem oculta em 99,2% da sua programação, atendendo às necessidades de pessoas com deficiência auditiva no dobro de tempo preconizado pela lei, além de cinco horas e meia semanais, em média, de audiodescrição (também superando a previsão legal, de quatro horas semanais), no uso do recurso direcionado às pessoas com deficiência visual.

O telejornalismo lançou o novo horário da primeira edição do Repórter Brasil, agora ao meio-dia e totalmente exibido do Rio de Janeiro, abrindo mais espaço para a informação na hora do almoço. Logo em seguida ficaram alocados os horários para a informação local nas cidades do Rio e São Luís. São Paulo e Brasília ganharão seus telejornais locais ainda no primeiro trimestre de 2014, consolidado a mudança – largamente discutida e construída com o Conselho Curador.

O jornal vai ao ar dos novos estúdios do Rio, que ganharam versões similares em formato e funcionalidade em Brasília (de onde passou a ser integralmente gerado o Repórter Brasil Noite) e São

Paulo, modernizando e fortalecendo a identidade do telejornalismo da TV Brasil. No formato de “lounge”, e permitindo mudanças de cor graças a um sistema de iluminação a “led”, o novo espaço também abriga programas de debates, telejornais locais e horários de esportes (como o Stadium, No Mundo da Bola e as aberturas de transmissões da Série C), reforçando visualmente a unidade editorial dada pela Direção de Jornalismo.

No sentido de fortalecer os laços dos veículos da EBC com o Brasil que não costuma aparecer nas redes nacionais, a Empresa transmitiu a Série C do futebol brasileiro em 2013 em suas emissoras de TV e Rádio, bem como na internet, especialmente nas redes sociais.

O resultado foi expressivo. A TV Brasil, tanto via parabólica ou por meio de suas parceiras em cidades como São Luís, João Pessoa, Campina Grande, Goiânia, Cuiabá, Belém e Fortaleza, mobilizou os torcedores que viram - muitos pela primeira vez - seus times em rede nacional. Em Pernambuco, as medições do IBOPE indicaram que a TV Universitária atingiu índices de audiência inéditos na Grande Recife por cinco finais de semana consecutivos do período da Série C. Nos dias dos jogos decisivos do campeonato (03/11, 17/11 e 01/12), liderou a audiência média durante toda a partida.

Além da Série C, houve 134 transmissões ou flashes relacionados a coberturas especiais do jornalismo e 1.058 chamadas dos telejornais de rede. No Distrito Federal foram 838 edições do Repórter Brasil, que totalizaram 417 horas de produção. Dentre telejornais de rede, locais, programas esportivos e especiais semanais do jornalismo, como Caminhos da Reportagem, Observatório da Imprensa, Brazilianas.org ou ParaTodos foram 3.720 edições, que ocuparam 1.541 horas de programação.

Aproximadamente 2,5 milhões de pessoas assistiram diariamente a programação da TV Brasil, através de televisão aberta, em resultados auferidos por uma medição que abarca apenas seis das principais capitais brasileiras.

De 2012 para 2013, a audiência média da TV Brasil cresceu nas três capitais onde tem emissoras próprias com sinal analógico, e onde tem índices medidos pelo IBOPE. Os dados foram captados entre 1 de janeiro a 31 de dezembro, no horário entre 6:00h até 5:59h do dia posterior, nas praças de São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal.

A média aritmética de crescimento da audiência foi de 28,07%, sendo que o Rio de Janeiro cresceu 3,85%, São Paulo 37,50%, e o Distrito Federal, 42,86%. A Empresa tem, agora, um quadro mais claro do comportamento de seus telespectadores nos determinados períodos do dia, de que canal vem, e para que canal vão, nos diversos horários, seus perfis e seus hábitos como telespectador.

Tendo como base as regiões metropolitanas de São Paulo, Rio e Brasília (cujos comportamentos de audiência são medidos pelo IBOPE), a média ponderada do crescimento da TV Brasil, de 2012 para 2013, é de 17,7%. A média de audiência do Rio de Janeiro cresceu 3,85%, em São Paulo verificou-se um crescimento de 37,50% e em Brasília 42,86%. Cada praça possui um tamanho de amostra diferente. No Rio de Janeiro, 1% de audiência equivale 38.622 domicílios, em São Paulo 61.953 e no Distrito Federal 7.914. Somando as praças, temos no total de 108.489 domicílios.

Equivale dizer que, ao longo de 24 horas dos 365 dias de 2013, cerca de 20 mil famílias destas regiões estiveram permanentemente sintonizadas na programação da emissora. É preciso lembrar que somente

16 áreas metropolitanas do país são monitoradas pelo IBOPE. Não há dados sobre o interior. E a EBC só tem acesso direto a seis destas regiões, por força de contrato.

Em relação à TV Brasil, houve crescimento da audiência nas praças de São Paulo, Rio de Janeiro e Distrito Federal, no número de programas da TV Brasil que tiveram média acima de 0,50%, tanto proporcionalmente quanto em números absolutos.

São Paulo é uma praça em que a TV Brasil tem dificuldades de audiência, por ser o último entrante em um mercado bastante sedimentado e pelo o fato de se localizar no canal 61 e 62 no UHF. Os números ainda são baixos, entretanto pode-se perceber certo crescimento de 2012 para 2013. Enquanto em 2012 55 programas tinham superado 0,50% de audiência média, em 2013 esse número subiu para 115, numa elevação de 100% , o que denota significativo crescimento.

O Rio de Janeiro apresentou um pequeno aumento proporcional de 2,7% no número de programas que tiveram médias acima de 0,50%, passando de 16,2% para 18,9% do total da programação. Percebe-se também um aumento absoluto em relação ao número de programas que superaram 0,50%, (405) mesmo com a retirada do ar de 143 programas ao longo do ano. O gênero que teve o maior aumento proporcional foi o musical, passando de 12,5% para 22,8%. Os programas infantis também tiveram um aumento de 22,5% para 29,4% de números de programa acima de 0,50% de média, em relação ao número de programas no gênero.

No Distrito Federal foi verificado aumento do número de programas que superaram a audiência em 0,50%. A praça teve 1.272 programas com média maior que 0,50%, mesmo com a redução de 217 programas exibidos em 2013. Passando de 12% para 20% o total de programas da grade com média de audiência maior que 0,50. Os gêneros que apresentaram maior crescimento foram: Musical (de 15,2% para 36,8%); Religioso (de 20,2% para 36,1%); Esportivo, puxado pela Série C (de 10,1% para 24,7%), e o Jornalismo (de 11% para 25,7%). O crescimento proporcional se deu em praticamente todas as categorias.

Em Porto Alegre, o número de programas que tiveram acima de 0,50% de audiência média foi relativamente pequeno, apenas 165 de 3.238, o que totaliza 5,1% dos programas exibidos. A empresa está levantando informações para avaliar se a qualidade do sinal está ocasionando esse resultado. Apesar disso, programas como “Rio Grande Rural” e “Viola Minha Viola” (Musical), superaram costumeiramente 0,50% de audiência média, sendo que o “Viola Minha Viola” teve, em todas suas edições mensuradas no período, média superior a 0,90%.

Em Recife ocorreram os melhores números das praças analisadas. Sua posição dentro do line-up - entre as duas emissoras com maior audiência - ajuda a boa performance. Mais de $\frac{3}{4}$ dos programas superaram 0,50% de audiência média. O carro-chefe da emissora são os programas infantis, dos quais 97,4% superaram 0,50% de média no período mensurado. Pode-se ver ainda categorias que tiveram uma grande proporção de programas com desempenho superior a 0,50% de média, como Jornalismo (83,1%); Esportes (80,3%); Religiosos (76,9%) e Saúde/Turismo (70%). O gênero de menor proporção é a Educativo (42,9%). Os números altos permitem a elaboração de estudos mais qualificados de audiência e de observação de tendências de hábitos.

Em Salvador, os programas mais vistos da emissora foram os de conteúdo infantil, responsáveis por metade (49,3%) de todos os programas da emissora que superaram 0,50% de audiência média.

Dentre todos os infantis exibidos; 62,9% dele superaram 0,50% de média. Outras categorias tiveram metade de seus programas com média acima de 0,50%, sendo: 51,6% Jornalísticos; 48,8% das Séries e Filmes e 48,6% dos Esportivos.

Índice de Audiência Domiciliar %

As tabelas apresentadas a seguir, apresentam a relação dos programas com índice de audiência maior ou igual a 1,00%; entre 0,50% e 0,99%, e maior ou igual a 0,50% nas praças contratadas. Fonte: Ibope/ MediaWorkstation.

Resumo Praça: SÃO PAULO – Análise Anual

São Paulo	2012				2013				Comparativo			
	Gêneros	Nº de programas	IA% >= 0,50%		Nº de programas	IA% >= 0,50%		Nº de programas	IA% >= 0,50%			
			Total de programas	Participação de cada gênero %		% em relação ao total de pgm por gênero	Total de programas		Participação de cada gênero %	% em relação ao total de pgm por gênero	Total de programas	Participação de cada gênero %
Infantil	6819	32	58,18%	0,47%	5780	79	68,70%	1,37%	-1039	47	10,51%	0,90%
Jornalismo	1050	4	7,27%	0,38%	989	4	3,48%	0,40%	-61	0	-3,79%	0,02%
Educativo	2310	2	3,64%	0,09%	2524	4	3,48%	0,16%	214	2	-0,16%	0,07%
Debate	1474	3	5,45%	0,20%	1634	6	5,22%	0,37%	160	3	-0,24%	0,16%
Esporte	288	2	3,64%	0,69%	312	3	2,61%	0,96%	24	1	-1,03%	0,27%
Político	35	1	1,82%	2,86%	69	2	1,74%	2,90%	34	1	-0,08%	0,04%
Reportagem	1646	4	7,27%	0,24%	1778	6	5,22%	0,34%	132	2	-2,06%	0,09%
Séries	1329	4	7,27%	0,30%	1913	6	5,22%	0,31%	584	2	-2,06%	0,01%
Musical	735	3	5,45%	0,41%	552	5	4,35%	0,91%	-183	2	-1,11%	0,50%
Religioso	121	0	0,00%	0,00%	136	0	0,00%	0,00%	15	0	0,00%	0,00%
Saúde	129	0	0,00%	0,00%	153	0	0,00%	0,00%	24	0	0,00%	0,00%
Outros	4	0	0,00%	0,00%	11	0	0,00%	0,00%	7	0	0,00%	0,00%
Total	15940	55	100,00%	0,35%	15851	115	100,00%	0,73%	-89	60	0,00%	0,38%

Fonte: IBOPE/ MediaWorkstation

Resumo Praça: RIO DE JANEIRO – Análise Anual

Rio de Janeiro	2012				2013				Comparativo			
	Gêneros	Nº de programas	IA% >= 0,50%		Nº de programas	IA% >= 0,50%		Nº de programas	IA% >= 0,50%			
			Total de programas	Participação de cada gênero %		% em relação ao total de pgm por gênero	Total de programas		Participação de cada gênero %	% em relação ao total de pgm por gênero	Total de programas	Participação de cada gênero %
Infantil	6841	1540	59,53%	22,51%	5627	1653	55,25%	29,38%	-1214	113	-4,28%	6,86%
Jornalismo	1295	198	7,65%	15,29%	1245	185	6,18%	14,86%	-50	-13	-1,47%	-0,43%
Educativo	2321	89	3,44%	3,83%	2529	128	4,28%	5,06%	208	39	0,84%	1,23%
Debate	1480	243	9,39%	16,42%	1634	269	8,99%	16,46%	154	26	-0,40%	0,04%
Esporte	288	53	2,05%	18,40%	312	70	2,34%	22,44%	24	17	0,29%	4,03%
Político	34	6	0,23%	17,65%	69	12	0,40%	17,39%	35	6	0,17%	-0,26%
Reportagem	1596	181	7,00%	11,34%	1677	194	6,48%	11,57%	81	13	-0,51%	0,23%
Séries	1147	156	6,03%	13,60%	1914	323	10,80%	16,88%	767	167	4,77%	3,27%
Musical	735	92	3,56%	12,52%	552	126	4,21%	22,83%	-183	34	0,65%	10,31%
Religioso	120	16	0,62%	13,33%	133	21	0,70%	15,79%	13	5	0,08%	2,46%
Saúde	129	10	0,39%	7,75%	153	10	0,33%	6,54%	24	0	-0,05%	-1,22%
Outros	6	3	0,12%	50,00%	4	1	0,03%	25,00%	-2	-2	-0,08%	-25,00%
Total	15992	2587	100,00%	16,18%	15849	2992	100,00%	18,88%	-143	405	0,00%	2,70%

Fonte: Ibope/Media Workstation

Resumo Praça: DISTRITO FEDERAL – Análise Anual

Distrito Federal	2012				2013				Comparativo			
	Gêneros	Nº de programas	IA% >= 0,50%		Nº de programas	Total de programas	IA% >= 0,50%		Nº de programas	Total de programas	IA% >= 0,50%	
			Participação de cada gênero %	% em relação ao total de pgm por gênero			Participação de cada gênero %	% em relação ao total de pgm por gênero			Participação de cada gênero %	% em relação ao total de pgm por gênero
Infantil	6890	1049	54,41%	15,22%	5781	1302	40,69%	22,52%	-1109	253	-13,72%	7,30%
Jornalismo	1052	116	6,02%	11,03%	995	256	8,00%	25,73%	-57	140	1,98%	14,70%
Educativo	2318	87	4,51%	3,75%	2513	208	6,50%	8,28%	195	121	1,99%	4,52%
Debate	1480	162	8,40%	10,95%	1631	283	8,84%	17,35%	151	121	0,44%	6,41%
Esporte	288	29	1,50%	10,07%	312	77	2,41%	24,68%	24	48	0,90%	14,61%
Político	34	11	0,57%	32,35%	69	22	0,69%	31,88%	35	11	0,12%	-0,47%
Reportagem	1804	156	8,09%	8,65%	1789	317	9,91%	17,72%	-15	161	1,81%	9,07%
Séries	1202	170	8,82%	14,14%	1912	469	14,66%	24,53%	710	299	5,84%	10,39%
Musical	736	112	5,81%	15,22%	549	202	6,31%	36,79%	-187	90	0,50%	21,58%
Religioso	119	24	1,24%	20,17%	133	48	1,50%	36,09%	14	24	0,26%	15,92%
Saúde	131	10	0,52%	7,63%	153	16	0,50%	10,46%	22	6	-0,02%	2,82%
Outros	4	2	0,10%	50,00%	4	0	0,00%	0,00%	0	-2	-0,10%	-50,00%
Total	16058	1928	100,00%	12,01%	15841	3200	100,00%	20,20%	-217	1272	0,00%	8,19%

Fonte: Ibope/Media Workstation

A EBC avançou em relação à melhoria da qualidade do sinal, com a consolidação da primeira etapa da digitalização do sistema de transmissão de televisão, assim como a estreia dos estúdios de jornalismo e da nova redação, em Brasília, tanto em rádio quanto em televisão, finalizando o processo de integração física dos veículos. O mesmo movimento aconteceu no Rio, com a inauguração da redação conjunta da Agência Brasil, Rádio Nacional e Rádio MEC, bem ao lado de onde já funcionava o telejornalismo. Novos estúdios para gravação também estão finalizados e serão colocados à disposição das rádios no primeiro trimestre. A “nova casa” está apta com todas as funcionalidades para abrigar as emissoras até que se finalizem as obras de recuperação dos edifícios históricos da Praça Mauá e Campo de Santana – ainda em fase de projeto.

Na gestão do acervo, a EBC desenhou e implementou o fluxo de transferência de mídias entre os arquivos das praças de Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro, de forma apoiada e controlada pelo sistema iAcervo, garantindo a segurança na localização das mídias com programas e materiais brutos nas movimentações entre as três praças. Além disso, deu continuidade às atividades de digitalização e restauro do acervo histórico da Empresa, na seleção e arquivo de imagens brutas para constituir banco de imagens, na decupagem e cadastro do material bruto arquivado em sistema de gerenciamento de conteúdo, na gravação dos telejornais para manutenção em arquivo, no cadastro dos telejornais em sistema de gerenciamento de conteúdo e no tráfego de sons e imagens entre os acervos das praças, utilizando o sistema ITVRP.

A Empresa evoluiu no processo de instalação do Media Asset Management - MAM, tecnologia que irá gerenciar o acervo digital de todas as mídias da Empresa, da captação das imagens à exibição e arquivamento. Em 2013, foram realizados treinamentos das equipes de engenharia e de suporte e infraestrutura de TI para operarem o sistema; contratação e realização da manutenção da Fitoteca LTO de Brasília, afetada pela fumaça do incêndio no acervo em 2011; migração completa de todas as produções jornalísticas de São Paulo para o MAM; melhoria dos módulos de integração do MAM com outros sistemas; treinamento da equipe de interprogramas, que passou a utilizar regularmente o MAM, no Rio de Janeiro; início da configuração dos equipamentos que serão instalados em São Luís; melhoria da integração do MAM com o sistema iNews e disponibilização em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília.

O contrato com a empresa responsável pela implantação do MAM teve que ser prorrogado em 2013. A prorrogação do prazo de execução foi necessária a fim de garantir a conclusão do processo de implantação do Sistema nas praças de Brasília e São Luís. Quanto aos treinamentos, a experiência acumulada até o momento em São Paulo e no Rio de Janeiro mostra que sua execução em lote não traz grandes benefícios, uma vez que a adoção desse novo sistema de trabalho é tanto uma questão cultural quanto de revisão de processos de trabalho já consolidados. Já a realização dos treinamentos em grupos que são previamente apresentados ao sistema e, imediatamente após o treinamento, convidados a participar da revisão de seus processos de trabalho além de acompanhados nos primeiros usos da ferramenta, tem-se mostrado uma estratégia de sucesso.

Ao longo do ano, a área de engenharia da EBC ofereceu suporte às ações de Engenharia e Operações nas rádios; atendeu às demandas das produções de todas as emissoras, mantendo a qualidade em suas transmissões; contribuiu para um aumento significativo das transmissões esportivas em relação ao ano anterior, destacando-se as transmissões da Copa das Confederações em junho. No campo documental, realizou projetos técnicos junto aos órgãos competentes – ANATEL e Ministério das Comunicações –, mantendo suas emissoras e respectivas concessões em dia, realizando acompanhamentos de suas rádios nos referidos processos necessários para o bom andamento operacional de suas transmissões, e realizando alterações técnicas de transmissões em seus parques técnicos.

No exercício de 2013, a cobertura da TV Brasil foi ampliada. De 769 emissoras parceiras em 2012, a Rede (TV's e RTV's) passou a contar com 783 emissoras. Também foi ampliada a inserção de conteúdos das TV's associadas na grade nacional. O conteúdo audiovisual cedido pelos parceiros atingiu 250h30 inéditos (incluindo o tempo dos especiais de final de ano), uma expansão de 48% em relação a 2012.

Malha de Transmissão RNCP – TV

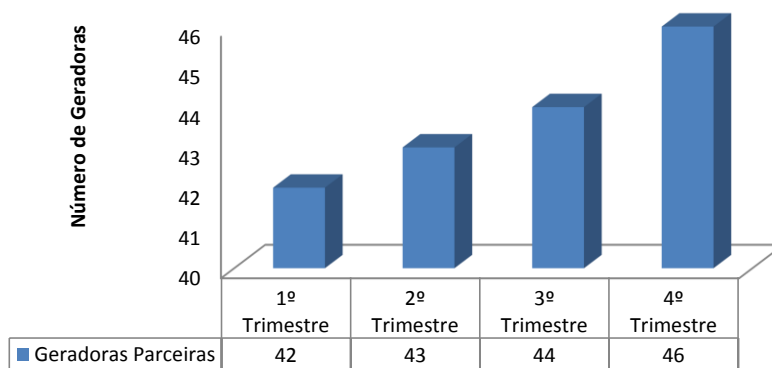
REGIÃO	GERADORAS				TOTAL Região	RETRANSMISSORAS		TOTAL Região	TOTAL RNCP/TV
	Próprias		Parceiras			Próprias	Parceiras		
	Analógica	Digital	Analógica	Digital		Analógica	Analógica		
Centro-Oeste	1	1	3		5	0	34	34	39
Norte	0	0	5		5	1	97	98	103
Nordeste	1	0	9		10	0	249	249	259
Sul	0	1	4	1	6	3	87	90	96
Sudeste	2	3	24		29	7	250	257	286
TOTAL	4	5	45	1	55	11	717	728	783

Fonte: EBC/Rede

Em 2013, com a adesão da TV UFSC, que passou a operar o canal digital 63 em Florianópolis, a EBC expandiu sua cobertura em 3 % na Região Sul. Com a adesão de emissoras de cidades importantes de São Paulo, como Santos, Bauru, Rio Claro e Andradina, a oferta do sinal foi aumentada para mais de um milhão e seiscentas mil pessoas, uma expansão de mais de 2% na Região Sudeste.

No gráfico a seguir é apresentado o crescimento do número de geradoras parceiras.

Número de Geradoras Parceiras



Fonte: EBC/Rede

O ano de 2013 foi marcado pela ampliação da presença do conteúdo audiovisual dos parceiros na grade nacional da TV Brasil, fortalecendo uma programação rica em diversidade cultural. Este objetivo ganhou força no V e VI Encontros do Comitê de Rede, realizados em Brasília, nos quais foram apresentados dezenas de programas, não só para preencher a grade de programação atual, mas também projetos de coprodução, para encaminhamento ao Comitê de Programação e Rede da TV Brasil.

Resultado deste esforço foi a mobilização das parceiras, que enviaram, para a programação especial de fim de ano, 25 programas, que somam quase 30 horas inéditas. Já para as faixas da Rede na grade nacional, os programas de produção própria cedidos pelas emissoras totalizaram 226h30 inéditos e 390h de reprises.

O sucesso das transmissões do campeonato brasileiro de futebol da Série C pode ser medido pela adesão das emissoras da REDE na exibição dos jogos, e pela audiência nas cidades de Fortaleza e Recife.

Cobertura Demográfica da Malha de Transmissão EBC e RNCP-TV

Região	Estados		Municípios			População		
	Quantidade	% dos Estados Cobertos por Região	Quantidade	% dos Mun. da Região	% dos Mun. Cobertos por Região	Quantidade	% da Pop. da Região	% da Pop. Coberta
Centro-Oeste	4	100%	60	13%	3%	7.515.220	53%	6%
Norte	5	71%	198	44%	11%	8.962.732	56%	8%
Nordeste	9	100%	451	25%	25%	29.172.715	55%	25%
Sul	3	100%	151	13%	8%	14.041.020	51%	12%
Sudeste	4	100%	921	55%	52%	58.177.058	72%	49%
Total	25		1.781	32,0%		117.868.745	62%	

Fonte: EBC/Rede

A Copa das Confederações foi o grande destaque da Rede de Rádios, assim como o tombamento, pelo Patrimônio Histórico Nacional, do Edifício A Noite, que voltará a abrigar a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, após ampla reforma. Também foi concluído e disponibilizado o novo Portal das Rádios da EBC na WEB.

Nos dias 11 e 12 de novembro foi realizado o I Fórum para Formação da Rede de Rádios Públicas, em paralelo ao VI Encontro do Comitê da Rede Pública de Televisão. O Fórum das rádios contou com a participação de 40 emissoras de rádio e resultou na Carta de Brasília, que definiu diretrizes para a formação da Rede de Rádios Públicas. Foi criado um grupo de trabalho para continuar as discussões iniciadas no Fórum e dar início efetivo a esta Rede.

Também foi discutida a possibilidade da cobertura conjunta dos grandes eventos que acontecerão no país pelas rádios e pela TV. Para dar suporte à criação e operação da Rede será necessária a estruturação da área de Relacionamento que dá suporte às ações da Rede.

A Rede de Rádios próprias da EBC é composta 09 rádios (07 emissoras e 02 retransmissoras). Além dessas, a Rede engloba 11 canais consignados a parceiros distribuídos conforme quadro abaixo:

Malha de Transmissão da RNCP – Rádios

Frequência	AM		FM		OC		TOTAL REGIÃO	Não Instaladas	
	Operação		Operação		Operação			Não há parceira	Há parceira
	Própria	Parceira	Própria	Parceira	Própria	Parceira			
Centro-Oeste	2	0	1	2	0	0	5	0	2
Norte	1	0	1	3	1	0	6	9	2
Nordeste	0	0	0	3	0	0	3	1	1
Sul	0	0	0	1	0	0	1	0	1
Sudeste	2	0	1	2	0	0	5	0	0
TOTAL	5	0	3	11	1	0	20	10	6

Fonte: EBC/Rede

Ainda no ano de 2013 ocorreu a elaboração de um novo modelo de contrato para operação dos canais de rádio consignados à EBC. Esse novo modelo foi encaminhado aos parceiros no 4º trimestre e está sendo analisado por eles. Ao todo a EBC possui 11 canais consignados operados por parceiros, 5 por Universidades (UFRR, UFMG, UFSE, UFPI, UNIFAP), 4 pela Marinha e 2 pela Aeronáutica. Além destes canais já instalados, a Empresa tem mais 6 canais consignados que serão operados em parceria, 5 por Universidades Federais e 1 pela FAB). Também em 2013 a rádio da Universidade Federal do Amapá começou a transmitir sua programação, aumentando para 11 o número de rádios instaladas por meio de parcerias.

A malha de transmissão da rede de rádios da EBC disponibiliza sinal em 18 Estados brasileiros com alcance para 3.103 municípios.

Cobertura Demográfica – RNCP – Rádio

Região	Estados		Municípios			População		
	Quantidade	% dos Estados Cobertos por Região	Quantidade	% dos Mun. da Região	% dos Mun. Cobertos por Região	Quantidade	% da Pop. da Região	% da Pop. Coberta
Centro-Oeste	3	100%	421	90%	14%	12.449.369	89%	10%
Norte	7	100%	449	100%	14%	15.865.678	100%	13%
Nordeste	3	33%	637	36%	21%	19.793.516	37%	16%
Sul	1	33%	47	4%	2%	555.407	2%	0%
Sudeste	4	100%	1549	93%	50%	72.001.805	90%	60%
Total	18	69%	3.103	56%	100%	120.665.775	63%	100%

Fonte: EBC/Rede

Com relação aos macroprocessos de apoio às operações, as ações de tecnologia da informação relacionadas à perspectiva de desenvolvimento de 19 sistemas para atender às necessidades da Empresa, dispostas no PDTI, caminham para seguir no próximo ano como um desafio. Das seis frentes dedicadas a áreas de mídia, houve avanços significativos em quatro deles (Aplicativos móveis, Publicador único, Banco de Pautas, Agenda única), e outros foram transferidos para exercícios futuros por indisponibilidade orçamentária (Mailing, Monitoramento de redes sociais e Relacionamento com produtores independentes). A implementação de solução de Sistema Integrado de Gestão (SIG/ERP) para áreas de Administração, Finanças e de Serviços, incluindo seis sistemas previstos no PDTI, será realizada ao longo de 2014.

Os projetos a cargo da equipe avançaram em variadas frentes. Na parte web, rumo a um Publicador Único, o site das Rádios e o novo sistema de busca foram colocados no ar. A Agência Brasil, a Radioagência Nacional e o ambiente de integração entre as agências foram aprontados e colocados para homologação pelas áreas demandantes, com previsão de disponibilização para os usuários em janeiro de 2014.

Foram também colocados em funcionamento componentes dedicados à integração de conteúdos entre os veículos, com fluxo de dados entre publicadores, busca unificada (Nova Busca) e autenticação centralizada (Mosaico). Ainda no esforço de integração, foram padronizados os formulários de contato e interação do público da EBC na web com a Empresa. A unificação da porta de entrada facilita o tratamento de dados e contribui para a qualificação do atendimento a demandas oriundas de diferentes veículos.

Nos sistemas corporativos, foram desenvolvidas e entregues aplicações para aprimorar o inventário de bens e serviços de TI (banco de dados de configuração) e de apoio para a apuração de equalização ICMS.

Em termos de audiência, na plataforma Web, o ano de 2013 foi marcado por um aumento expressivo de audiência, puxado pelo Portal EBC. Ao todo, foram alcançados 30,9 milhões de visitantes únicos, somando-se todos os veículos da Empresa. O total é 145% maior do que em 2012. A Agência Brasil apresentou crescimento de 105,66% no número de visitantes únicos e de 77,21% no de visitas, comparando com o ano anterior. Em 2012, o veículo já havia alcançado elevação de 98% em sua audiência, na comparação com 2011. Assim, em dois anos, a visibilidade do veículo quadruplicou. A

Radioagência Nacional teve crescimento de audiência em visitantes únicos em relação à 2012, de 22,65%.

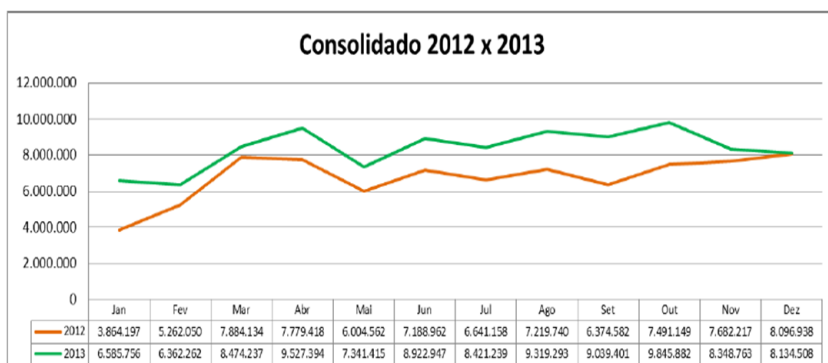
O Portal EBC alcançou a média de 1,3 milhão de visitantes únicos e encerrou 2013 com mais de 16, 2 milhões de visitantes únicos, que navegaram por mais de 29 milhões de páginas. No final de 2013, o Portal chegou a posicionar-se em 117º lugar no ranking de popularidade nacional e em 4.055º no mundial, mas a média foi impactada pela greve dos empregados da EBC, que ocasionou uma diminuição da quantidade de conteúdos publicados, e, conseqüentemente, na procura ao longo dos 16 dias de paralisação parcial, durante o mês de novembro. A Agência Brasil registrou um aumento de 151% nas visitas à sua página na internet, alcançando a marca de 7,2 milhões de visitantes únicos no ano.

No campo da prestação de serviços de radiodifusão e comunicação, os destaques são para todas as linhas de captação, serviços de Mídia Impressa e Digital, Publicidade Legal, Publicidade Institucional e Serviços de Radiodifusão. Todas deram saltos de crescimento de 2012 para 2013. Foram realizadas ações de prospecção e ampliação da carteira de clientes, de ajustes e revisões dos contratos vigentes com base em nova tabela de preços, e de ampliação do conceito de monitoramento para outras mídias, como rádio e TV, de seus principais programas jornalísticos.

Mesmo com as dificuldades enfrentadas, a EBC registrou crescimento de 296% na receita de captação relativamente aos últimos quatro anos. A nova Política de Captação de Recursos possibilitou alcançar o patamar de R\$ 100,32 milhões em 2013 com venda de serviços e exibição de apoio institucional, contra R\$ 81,49 milhões no ano de 2012. Foi um crescimento que, colocou a Empresa no caminho da independência financeira, objetivo colocado pelo nosso Plano Estratégico para ser alcançado em 2022. Foi mais um ano em que a Contribuição para o Fomento da Comunicação Pública, criada em 2007, passou a ser depositada em juízo, sem chegar ao seu destinatário – ainda que decisões em nosso favor já tenham sido tomadas pelo Poder Judiciário, em primeira instância.

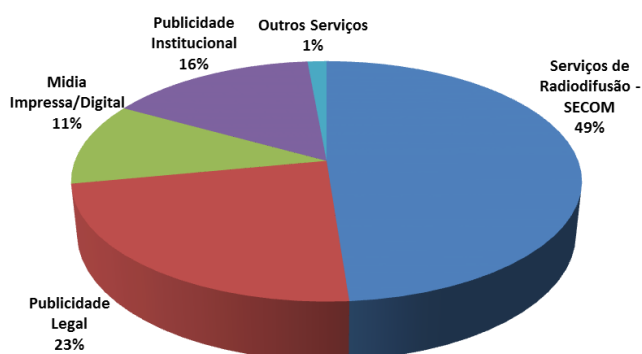
Evolução da Receita de Venda de 2013 em Relação a 2012

Análise 2012 X 2013													
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	TOTAL
2012	3.864.197	5.262.050	7.884.134	7.779.418	6.004.562	7.188.962	6.641.158	7.219.740	6.374.582	7.491.149	7.682.217	8.096.938	81.489.107
2013	6.585.756	6.362.262	8.474.237	9.527.394	7.341.415	8.922.947	8.421.239	9.319.293	9.039.401	9.845.882	8.348.763	8.134.508	100.323.095
% Crescimento em relação ao mês anterior		-3,4%	33,2%	12,4%	-22,9%	21,5%	-5,6%	10,7%	-3,0%	8,9%	-15,2%	-2,6%	
Faturamento 2013 x 2012	170,4%	120,9%	107,5%	122,5%	122,3%	124,1%	126,8%	129,1%	141,8%	131,4%	108,7%	100,5%	123,1%



Fonte: Diretoria de Negócios e Serviços

% Participação por Linha de Captação - 2013



A geração de receita em 2013 por linha de captação foi de 49% nos Serviços de Radiodifusão SECOM, 23% em Publicidade Legal, 16% em Publicidade Institucional, 11% em Mídia Impressa/Digital e 1% em Outros Serviços.

Fonte: DINES/EBC

Em 2013, foi priorizado o estabelecimento de relações institucionais em torno de projetos especiais, tais como: o Brasil 4D, projeto que utiliza a TV Digital para dar à população acesso a serviços públicos; a liberação dos depósitos judiciais da Contribuição ao Fomento à Radiodifusão Pública; o Redesenho Organizacional, para dialogar com o Planejamento Estratégico 2012-2022, aprovado pelo Departamento de Coordenação e Governança das Empresas Estatais (DEST) para o aumento das funções gerenciais, permitindo que o desenho estratégico seja voltado à programação; o Acordo Coletivo, que promoveu o aceite por dois anos, em um trabalho conjunto com empregados, sindicatos e a Empresa; e o novo PCR - Plano de Cargos e Remuneração, que a FIA (Fundação Instituto de Administração) está conduzindo em fase avançada.

O Projeto Brasil 4D, que tem o objetivo de promover o desenvolvimento com democracia e diversidade por meio das tecnologias digitais finalizou seu projeto-piloto. Durante quatro meses, cem famílias beneficiárias do Programa Brasil Sem Miséria em João Pessoa, na Paraíba, comprovaram que as populações de baixa renda têm muito a ganhar (em termos de conhecimento, tempo e até financeiramente) com o uso da TV digital aberta e gratuita como forma de interagir com os serviços públicos. O projeto disponibiliza aplicações e programas interativos em linguagem televisiva gratuita e permite ao telespectador acessar informações e serviços públicos.

Os resultados apontaram benefícios como a facilidade no uso da televisão como ferramenta de acesso, assim como a redução de tempo e despesas com deslocamentos para obtenção de informações e acesso aos serviços públicos que faziam parte dos testes.

A EBC, por meio de sua área jurídica, promoveu a gestão no que diz respeito à demanda judicial que questiona a Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública - CFRP, com decisão judicial proferida no primeiro semestre (decisão da Justiça Federal julgou o mérito do mandado de segurança impetrado, denegando a segurança pleiteada pelo Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviços Móvel Celular e Pessoal, SindiTeleBrasil), de modo que a sentença reconheceu a legalidade da CFRP. No último trimestre do ano houve conquista considerável na ação judicial, qual seja, a conversão em renda em favor da ANATEL, nos termos do art. 32 da Lei 11.652/2008, dos valores depositados em juízo pela Tim Celular S/A. No ano de 2014 a perspectiva de recebimento do montante integral depositado em juízo e que perfaz um total de 1 (um) bilhão de reais.

Além disso, os avanços nas negociações junto ao TCU, referentes ao processo de credenciamento que permitirão à EBC efetuar contratações de serviços especializados de forma mais ágil em relação ao processo de credenciamento, o TCU entendeu, por decisão do plenário, que a possibilidade de utilização da figura do credenciamento é viável às atividades da EBC, dentro dos limites julgados pelo Tribunal. A decisão em questão oferecerá à EBC possibilidades de melhoria nas suas atividades, bem como de melhor atendimento de clientes demandantes, na prestação dos serviços oferecidos pela Empresa.

Além disso, foi absorvida pela área toda a carga de advocacia contenciosa judicial em todas as bases da EBC, com a dispensa dos serviços terceirizados de escritórios advocatícios em período antecipado ao escalonamento anual proposto para a administração pública federal e que reduziu a zero os custos decorrentes do serviço anteriormente prestado por terceiros.

Foram realizadas contratações relacionadas a projetos relevantes para a Empresa, como a realização de Concurso Público, a reformulação do Plano de Cargos, Carreiras e Remunerações da Empresa, a concessão de direito real de uso da Torre Digital de Brasília/DF, serviços de manutenção, transporte, seguro, locação de centrais telefônicas, transmissão de sinal de TV por satélite, serviço noticioso internacional e locação de unidade móvel de televisão.

Foram concluídas importantes contratações: o fornecimento de circuitos dedicados de voz para uso nas emissoras de rádio e televisão da EBC e, sob demanda, de transporte de sinais de vídeo e áudio, associado por meio terrestre para uso das emissoras de televisão e serviços em nível nacional; e para a elaboração de projeto de alimentação/medição elétrica em baixa tensão das instalações da Rádio Nacional em Brasília, a partir de subestação da CEB, promovendo a ligação elétrica definitiva das referidas instalações e, por consequência, a plena execução das atividades de radiodifusão da EBC.

Também ao longo do ano, a Empresa promoveu o treinamento e aperfeiçoamento de seus empregados, mediante a inscrição desses profissionais em diversos cursos externos, fortalecendo a diretriz de capacitação do quadro funcional da Empresa.

Nas atividades relacionadas à Normatização, a EBC envolveu as diversas áreas gestoras com o objetivo de dotar a Empresa de um conjunto eficiente e eficaz de normas técnicas e operacionais, que contribuiu para a melhoria dos procedimentos administrativos de todos os setores da Empresa. Durante o exercício, foram aprovadas 13 normas: autuação e controle de processos; requisição de material e/ou serviço; suprimento de fundos; remuneração dos diretores e dos membros dos conselhos; férias; concessão de licenças; avaliação de desenvolvimento funcional; concessão de benefícios; progressão salarial; de rede nacional de comunicação pública/TV; apresentação de projetos de coprodução; utilização de gestão de novas mídias e de auditoria.

Implementada no final de 2012, a área de Marketing da EBC foi estruturada em 2013, para que pudesse cumprir seus objetivos estratégicos. Paralelamente à estruturação, prestou apoio e suporte às áreas-meio e fim da Empresa na solução de questões relacionadas à comunicação, divulgação, eventos e parcerias, que reforçaram o posicionamento da marca EBC e o relacionamento da Empresa com

diversos públicos de interesse. Entre as principais ações desenvolvidas, destacam-se o apoio ao Festival de Música das Rádios EBC – homenagem ao Centenário de Vinícius de Moraes, o aniversário da EBC de 6 anos, a Semana da Consciência Negra, o patrocínio do Fórum ABA de Mídia, o patrocínio do ABA Rio de MRM e ROI.

A EBC, por meio de sua Gerência de Comunicação, divulgou rotineiramente os programas que compõem a grade e empenhou-se, ao longo do ano, na divulgação de estreias e de novas temporadas das produções exibidas na TV Brasil e a uma comunicação mais constante, direta e efetiva da Empresa com seus empregados. Com o trabalho realizado, a EBC conquistou importantes espaços na mídia especializada, em jornais de grande circulação nacional e nos principais impressos regionais.

O trabalho de divulgação seguiu um ritmo intenso ao longo de todo o ano de 2013, com o objetivo de alcançar resultados cada vez melhores mês a mês. Durante o ano foram realizadas 5.909 inserções entre notas, matérias, destaques, fotolegendas e citações.

A Comunicação Interna desenvolveu ações relevantes de integração e compartilhamento de informações com os empregados, fazendo uso da intranet e murais em todas as Regionais. As relações com a imprensa foram intensificadas no sentido de divulgar programas e promover os veículos.

A “Sessão Pipoca”, criada em 2012 com o objetivo de exibir em primeira mão para os empregados da Empresa nas sedes da EBC em Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo, programas inéditos da TV Brasil, foi continuada, contabilizando a participação de 987 empregados durante as 38 edições. Em dezembro, foi realizada na sede em Brasília a Sessão Pipoquinha, voltada para filhos, sobrinhos e netos dos funcionários. A Sessão exibiu em primeira mão episódios do novo infantil da TV Brasil, a série Igarapé Mágico.

Dois grandes eventos foram realizados em 2013: o Colóquio Internacional de Ouvidorias de Comunicação Pública e o IV Fórum Internacional de Mídias Públicas na América Latina, que contou com a participação de países das Américas e da Europa. Além disso, a EBC também sediou a 4ª Reunião do Conselho Executivo União Latino-Americana de Agências de Notícias – ULAN e a 6ª Assembleia da Aliança das Agências de Informação de Língua Portuguesa (ALP).

GOVERNANÇA CORPORATIVA

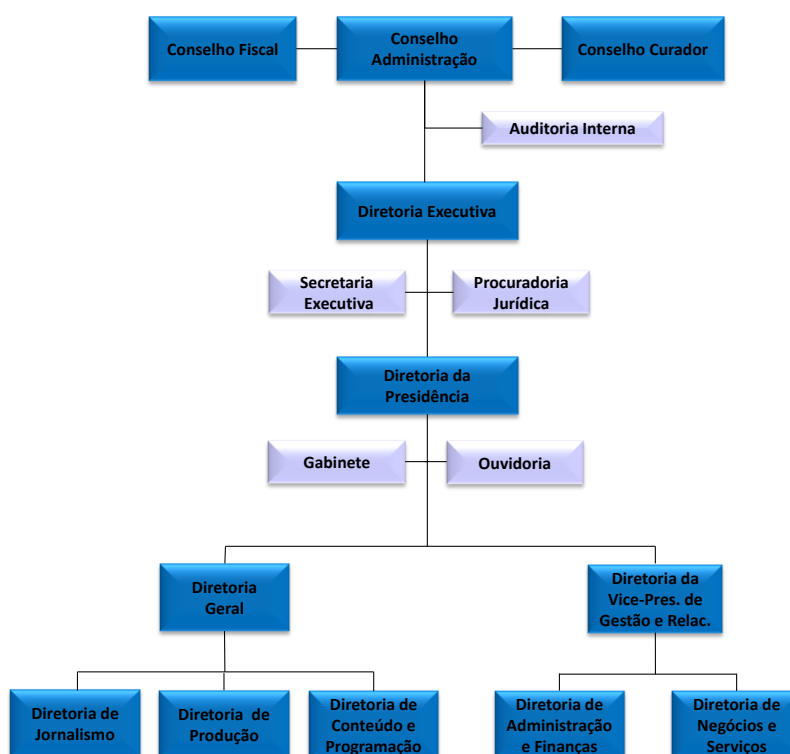
A Empresa Brasil de Comunicação S.A. – EBC foi criada em 24 de outubro de 2007, pelo Decreto nº 6.246/2007, com base na MP nº 398, posteriormente convertida pelo Congresso Nacional na Lei nº 11.652/2008.

A EBC tem por finalidade prestar serviços de radiodifusão pública e serviços conexos, observados os termos de sua lei de criação, que também estabelece os princípios e os objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo. Um dos princípios fundamentais é de ser um sistema de radiodifusão complementar aos sistemas privado e estatal.

Conforme o estatuto da empresa são órgãos de administração da EBC, a Assembleia Geral, o Conselho de Administração, o e a Diretoria Executiva são responsáveis pela administração e operacionalização de criação e difusão de conteúdos, por meio de radiodifusão e web, que compartilham a representação orgânica e a gestão da Empresa.

Em 2013, a EBC aprovou a nova estrutura organizacional com o objetivo de fazer frente ao Planejamento Estratégico.

Macroestrutura da Direção



Fonte: Secretaria Executiva/EBC

A estrutura aprovada contemplou a criação de 01 Vice-Presidência de Gestão e Relacionamento e da Diretoria de Conteúdo e Programação. Além disso, estruturou a atuação regional da Empresa com a criação de Superintendências Regionais.

As Diretorias e Superintendências são responsáveis pela execução da estratégia e definição das diretrizes para formulação de estratégias, visando o alcance dos objetivos organizacionais e resultados sustentáveis.

Os cargos de Diretor Presidente e Diretor Geral são nomeados pelo Presidente da República e os demais Diretores (seis) são nomeados e destituídos pelo Conselho de Administração, por indicação do Diretor Presidente da EBC.

Como parte de seu sistema de governança corporativa, a EBC dispõe de instrumentos que inibem os conflitos de interesses entre suas instâncias de gestão.

Alinhada à boa prática de governança, a Instituição dispõe de colegiados e unidade específica que executam as atribuições relativas à supervisão e fiscalização da gestão dos administradores da Empresa, além dos órgãos de fiscalização e controle externos, quais sejam: Conselho Fiscal, a Auditoria e o Conselho Curador instrumento de participação da sociedade responsável por acompanhar e fiscalizar a veiculação da programação das plataformas de radiodifusão e web.

A Empresa continuou sua busca em se tornar referência em práticas de governança corporativa, seja pelo modelo de gestão vigente, que tem a governança corporativa como uma de suas vertentes, seja pela adoção de práticas de gestão alinhadas a princípios como transparência, equidade, prestação de contas, responsabilidade social empresarial, conformidade, gestão estratégica de riscos e sustentabilidade, os quais se concretizam em instrumentos variados de gestão, como o Código de Ética e as Políticas de Atuação da EBC.

GESTÃO DE PESSOAS

A EBC em 2013 contava com 2.232 empregados, sendo 1.883 integrantes do quadro próprio da Empresa, 292 ocupantes de função comissionada sem vínculo com a Administração Pública, 35 ocupantes de função comissionada oriundos de outros órgãos, 8 Diretores e 14 funcionários cedidos de outros órgãos sem ocupação de Função comissionada da Empresa. Destes 1.227 empregados vinculados diretamente à área operacional da Empresa (Diretoria Geral, Jornalismo, Produção, Internacional, Diretoria de Negócios, Superintendência de Comunicação Multimídia e Diretoria de Conteúdo e Programação), 522 empregados alocados nas áreas de apoio às operações (Superintendência de Suporte), 483 nas áreas de Gestão Estratégica e Corporativa (Presidência, Diretoria de Administração e Finanças, Vice-presidência de Gestão e Relacionamento).

A remuneração fixa do pessoal, somada aos encargos e benefícios, totalizou R\$ 268,7 milhões, destacando-se os benefícios sociais proporcionados aos colaboradores e seus dependentes no valor de R\$ 37 milhões (Assistência Pré-escolar, Assistência Médica, Auxílio Alimentação e Previdência Privada). Adicionalmente, foram investidos R\$ 521,2 mil em programas de formação, treinamento e desenvolvimento.

Com o objetivo de propiciar bem-estar futuro aos seus empregados, a EBC patrocina planos de previdência complementar administrados pela BB Previdência. Em 2012, a Empresa alcançou 36% do quadro de empregados associados aos planos de previdência complementar (807 empregados associados).

A EBC realizou um novo concurso público em 2013. As 64 vagas foram oferecidas em sete especialidades de nível superior: advocacia, contabilidade, criação e desenvolvimento na web e

plataformas digitais, engenharia de rádio e televisão, engenharia de software, estatística e medicina do trabalho; e cinco de nível médio: apoio à imagem, auxílio operacional, transmissão, edição e finalização de imagem e programação.

A realização dos concursos públicos da EBC em 2011 e 2013 proporcionou a incorporação em de 985 novos profissionais de diversas carreiras. Eles estão assumindo progressivamente as atividades que, desde a constituição da Empresa, vinham sendo executadas provisoriamente por meio de contratos temporários. Isso inclui o Contrato de Gestão com a Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto (ACERP), que geria os canais públicos do Rio de Janeiro e Maranhão, antes da criação da EBC, e que também deu suporte à estruturação da Regional de São Paulo.

O quadro de empregados foi acrescido de 318 novos concursados em 2013, para desempenhar as atividades internalizadas. Somados aos que ingressaram no ano anterior, sem levar em conta a rotatividade, houve um acréscimo de 985 empregados após o concurso de 2011, ampliando o quadro de funcionários concursados de 781 para 1.883 em dois anos.

Essa foi uma medida necessária para os novos rumos estratégicos da Empresa em virtude do término do Contrato de Gestão firmado com a Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto (ACERP) que ocorreu em dezembro de 2013 e como medida para substituição dos empregados em regime de contratação temporária.

Ademais, iniciou-se, em consonância com as demandas do sindicato da categoria, um processo de discussão para o estabelecimento de um plano de carreiras para a estrutura funcional da EBC. Neste sentido, a EBC contratou a Fundação Instituto de Administração – FIA, com o objetivo de mapear e divulgar as competências gerais e técnicas necessárias ao desempenho das atividades, redesenhar o plano de carreiras e elaborar o sistema de avaliação de desempenho da EBC. Essas metas têm previsão de serem finalizadas em março de 2014.

Além dos diversos programas voltados para saúde e segurança dos empregados, a Empresa também busca integrar a educação corporativa, a gestão do desempenho e das competências, por meio de incentivos à capacitação, da criação e manutenção de sistemas e processos de disseminação do conhecimento e do desenvolvimento de habilidades.

A área de Educação Corporativa da EBC proporcionou em 2013 ações educacionais nas modalidades presencial, mista e a distância. Essas ações consistem em participações de empregados em eventos como seminários, congressos e cursos de qualificação e extensão e cursos de desenvolvimento interno. Foram realizadas 40.785 de horas de capacitação, representando a média de 18,47h empregados.

O Programa de Capacitação Continuada em 2013 realizou 1.210 ações de capacitação, com 4.885 participações em treinamentos presenciais e a distância, que tiveram como objetivo contribuir, de forma gradual e complementar, para o desenvolvimento de todos os empregados, por meio da oferta de soluções educacionais que os habilitarão a responder aos desafios da Empresa.

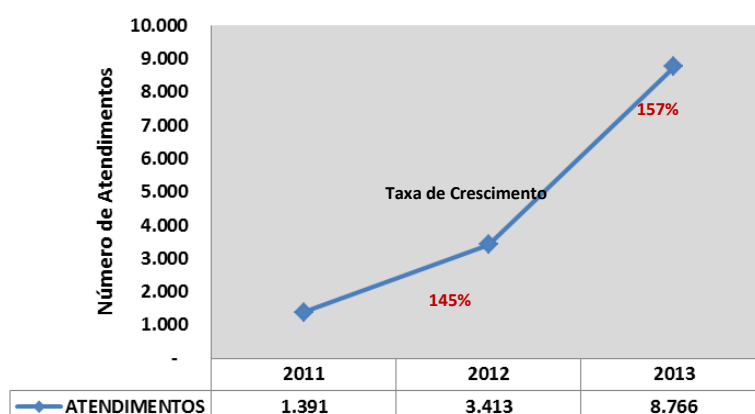
No ano de 2013 o Programa de Pós-Graduação atendeu a 14 empregados no apoio a formações de especializações, com investimentos totais de R\$ 46.691,00 (quarenta e seis mil, seiscentos e noventa e um mil reais).

ATENDIMENTO AO CIDADÃO

A Ouvidoria é o principal instrumento de controle e participação da sociedade no Sistema Público de Comunicação. Centraliza todas as demandas dos cidadãos e cuida para que sejam respondidas com agilidade e assertividade. É uma área de apoio à gestão estratégica vinculada à Diretoria da Presidência da EBC.

Atendimento da Ouvidoria EBC– 2011 a 2013

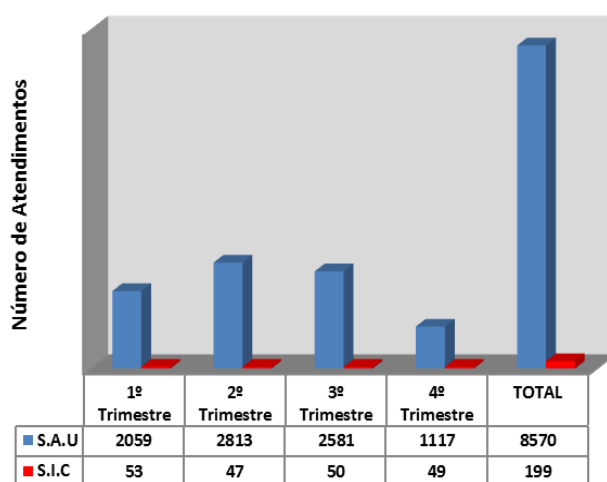
Os atendimentos da Ouvidoria às demandas e pedidos de informação enviados pelos cidadãos apresentaram uma taxa média de crescimento geométrica de 150% no período de 2011 a 2013.



Fonte: NAMBI e E-SIC – Ouvidoria/EBC

Atendimento SAU e SIC - 2013

O atendimento tem dois canais de relacionamento: o Serviço de Atendimento ao Usuário (SAU), que contempla as manifestações relacionadas aos conteúdos e à programação dos veículos da EBC – a Agência Brasil (ABr), o Portal EBC, a Rede de Rádios (8 emissoras e 1 retransmissora), a Radioagência Nacional, a TV Brasil e a TV Brasil Internacional – e algumas demandas voltadas para as áreas administrativas da Empresa; e o Serviço de Atendimento ao Cidadão (SIC), implantado na Ouvidoria em 2012 para cumprir as obrigações da Lei de Acesso à Informação - LAI.



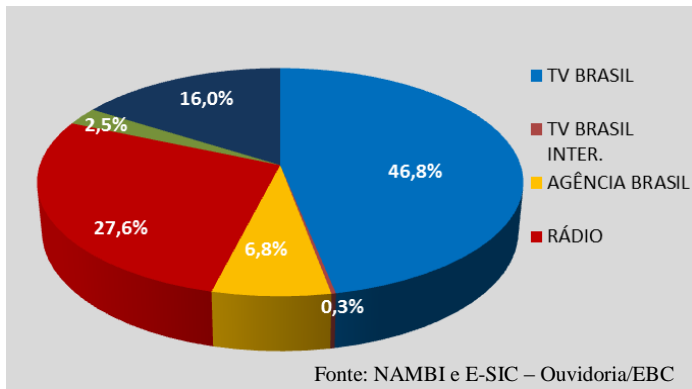
Em 2013 o Serviço de Atendimento ao Usuário – SAU totalizou 8.570 atendimentos e o Serviço de Informação ao Cidadão – SIC registrou 199 atendimentos a pedidos de informação através do serviço previsto na Lei de Acesso à Informação, conforme detalhado no gráfico abaixo:

O crescimento de 157% nos atendimentos do SAU em 2013 foi, em parte, fruto das iniciativas tomadas pela Ouvidoria, que, a partir da realização de um diagnóstico do atendimento, implementou mudanças no sentido de unificar os múltiplos canais oferecidos ao público para comunicar-se com os veículos da Empresa. Além, de ter intensificado os instrumentos de divulgação dos serviços dos canais de atendimento nos sites, televisão e rede de rádios, a Ouvidoria ampliou sua participação da em debates, fóruns e seminários da temática.

Outro instrumento que também contribuiu para dar celeridade e qualidade do atendimento da Ouvidoria, que teve sua conclusão em 2103, foi o sistema NAMBI, que proporcionou maior agilidade e eficácia no registro e no acompanhamento das demandas. Além de maior facilidade e confiabilidade nos resumos estatísticos, houve uma melhora significativa no prazo da Ouvidoria para responder aos atendimentos.

As demandas (reclamações) e/ou pedidos de informações que requerem respostas técnicas das diferentes áreas da Empresa que, em 2012, levaram em média 14 dias a 13 dias, respectivamente, para serem respondidas, em 2013 tiveram esse tempo diminuído nas duas categorias: caiu para 4,7 dias para as reclamações e 1,6 dia para os pedidos de informações, prazos menores que os cinco dias regulamentares que as normas da EBC estipulam para as áreas técnicas responderem às demandas encaminhadas pela Ouvidoria.

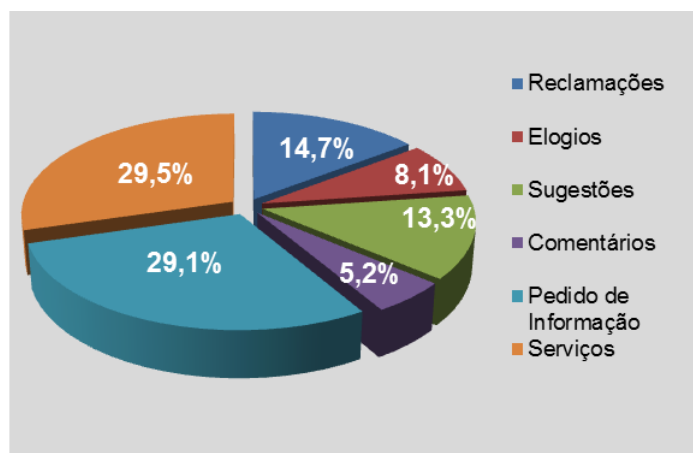
Atendimentos por Veículos – 2013



Dos atendimentos registrados no S.A.U e SIC, 7.017 foram manifestações direcionadas aos veículos da EBC, dentre estes a TV Brasil (46,8%), a Rede de Rádios (27,6%), e a Agência Brasil (6,8%), que concentram 81,2% dos atendimentos da Ouvidoria. Os atendimentos por veículos ao longo de 2013 estão distribuídos conforme o Gráfico ao lado.

Atendimentos por Tipologia das Manifestações - 2013

Vale destacar o comportamento dos atendimentos da Ouvidoria por tipologia das manifestações, para uma compreensão adequada das demandas e pedidos de informação dos cidadãos relativos à melhoria dos serviços de radiodifusão prestados pela EBC: 58,6% dos atendimentos disseram respeito a pedidos de informação e serviços disponibilizados pelos



veículos, 18,5% foram sugestões e comentários, 8,1% foram elogios a programas e/ou serviços dos diferentes veículos e 14,7%, reclamações.

Conforme o Estatuto da EBC – Decreto Nº 6.689, de 11/12/2008 – Art. 32º & 3º inciso II, compete à Ouvidoria produzir conteúdos semanais para as três plataformas principais nas quais a Empresa atua: televisão, rádio e internet.

No ano de 2013, foram produzidas 37 edições do “O Público na TV”, programa da Ouvidoria exibido na TV Brasil às quintas-feiras, às 20:35h. Uma análise das planilhas do Ibope indicou que sua audiência supera a média na faixa noturna de 17:30h às 23:45h no conjunto da programação da emissora. Nas Rádios EBC foram ao ar 47 edições do “Rádio em Debate”, às sextas-feiras, em horários variados, com repetições aos sábados e, na Agência Brasil, foram publicadas 45 edições da “Coluna da Ouvidoria”.

Essas ações tiveram o objetivo de mediar a relação do público com os produtores de conteúdo dos veículos da Empresa. Promoveram-se a análise do conteúdo da programação, a mediação das demandas do público, o estímulo às equipes de produção de conteúdos para pensarem sobre suas práticas e a informação do público para a compreensão das rotinas de produção, sejam elas de programação ou de jornalismo. Entrevistas com gestores e técnicos da EBC e especialistas convidados, expressões de opinião do povo, demandas enviadas à Ouvidoria e as respostas das áreas técnicas e análises dos conteúdos foram algumas das ferramentas utilizadas. Para as edições da “Coluna da Ouvidoria”, pesquisas procuraram situar, entre outros aspectos, como o assunto em pauta foi tratado em outros veículos de mídia, o processo histórico sobre o assunto, dados estatísticos, possíveis fontes para informação e repercussão, possíveis abordagens e aspectos omitidos.

A relação entre as mídias novas e as tradicionais, na cobertura dos protestos de rua, em junho de 2013, foi um dos temas de destaque em 2013. Procurou-se sempre chamar atenção ao tratamento das questões envolvendo a cidadania e os direitos humanos, inclusive em relação às obras preparatórias para a Copa de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016.

Os programas também cumpriram a função de alertar para problemas recorrentes que são reclamados pelo público, como a necessidade de se contemplar o regionalismo e a pluralidade de fontes. Assim, buscou-se apresentar ao público como o jornalismo da EBC mostra o Brasil em sua programação e as dificuldades ainda existentes, bem como o empenho da Empresa em estabelecer parcerias com emissoras de todas as regiões, de forma a se tornar mais “nacional”. A questão técnica, no que se refere à qualidade do sinal da transmissão e à difusão e acesso aos conteúdos televisivos e radiofônicos pela internet, também se destacou como um tema predominante nos programas da Ouvidoria.

A outra grande área de atuação da Ouvidoria tem sido a elaboração de relatórios (mensais, bimestrais, semestrais e anuais) para prestar contas à Diretoria Executiva e ao Conselho Curador da EBC e manter esses órgãos a par das percepções do público a respeito dos conteúdos e da programação dos veículos da Empresa e do empenho das áreas técnicas no atendimento das demandas.

Importante registrar a participação da Ouvidoria nas reuniões do Conselho Curador e na audiência pública sobre “Modelo de escolha de novos membros do Conselho Curador” realizada, no dia 14 de outubro, na cidade do Rio de Janeiro. Ações dessa natureza servem para reforçar o papel da Ouvidoria como mediadora entre o público e a Empresa. Os relatórios bimestrais podem ser acessados pelo

público no site da EBC: <http://www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/ouvidoria/2012/08/relatorios-da-ouvidoria>.

Ainda neste sentido, a Ouvidoria, por meio da elaboração dos relatórios de prestação de contas e da participação das reuniões e audiências públicas, contribuiu de forma efetiva para provocar o cidadão a pensar a comunicação pública como direito fundamental, ao levar o seu recado às instâncias de decisão da EBC, defendendo e valorizando a sua opinião.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

O Projeto Reciclar desenvolve ações de sustentabilidade na EBC, em Brasília, desde 2008. Em 2013 foram coletados 4321 kg de papel, 3571kg de jornal e 856 unidades de tonners, que foram doados à cooperativa de catadores - COOPATIVA.

Em 2013, foi realizada oficina para as equipes de limpeza da EBC com o objetivo de orientar a separação dos resíduos sólidos que são doados às cooperativas de catadores.

Durante a semana de Saúde, Bem Estar e Qualidade de Vida, foi ministrada palestra pela coordenadora do Projeto Reciclar da EBC, que apresentou os resultados das doações e orientou os empregados sobre como realizar a separação correta do lixo produzido na Empresa.

O Projeto Reciclar foi implementado em 2008, para se adequar ao Decreto 5.940/2006, que estabelece que os órgãos públicos devem separar os resíduos produzidos e destiná-los a cooperativas de catadores de materiais recicláveis.

Agenda Ambiental na Administração Pública - A3P

Com a adesão ao programa em 2009, foi adotado pela EBC, ações de coleta seletiva com o recolhimento de pilhas, baterias e toners que são entregues nos postos de recolhimento do Distrito Federal, totalizando, em 2013, 76,20kg de pilhas/baterias e 856 unidades de tonners.

A EBC adotou o uso de canecas reutilizáveis, em substituição aos copos descartáveis, sendo distribuídas 224 canecas aos empregados da empresa em 2013. Desde o início da implantação desta ação foram distribuídas 919 canecas.

Além disso, a EBC utiliza, desde 2008, torneiras inteligentes, que diminuem em até 55% a quantidade de água a cada utilização e descargas de caixa acoplada, que quando acionadas consomem 50% a menos a quantidade de água quando comparadas aos modelos convencionais. A empresa utiliza ainda telas refletoras nas lâmpadas fluorescentes e aparelhos de ar-condicionados de baixo consumo energético.

PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

A exemplo de anos anteriores, a EBC obteve reconhecimento na forma de prêmios, diante do destaque a assuntos que não fazem parte da pauta cotidiana dos veículos comerciais, entre os quais:

- Prêmio Camélia da Liberdade Ação Afirmativa – Primeira Temporada do programa Nova África;
- Prêmio Imprensa Embratel – Melhor Reportagem Cinematográfica – Repórter Rio – Trabalho cinematográfico do Repórter Marco Motta.
- Prêmio Andifes de Jornalismo - Agência Brasil, com a série de matérias especiais Escola de Fé: a religião na sala de aula;
- Prêmio Internacional Roche/Fundação Gabriel Garcia Márquez de Jornalismo em Saúde - Programa Caminhos da Reportagem, com o tema “A vida por um fio”;
- Prêmio TRE/RJ - Categoria Online - Reportagem da Agência Brasil do Rio de Janeiro sobre a importância do voto;
- Prêmio AMB de Jornalismo - Concedido pela Associação dos Magistrados Brasileiros, na categoria webjornalismo, para a série de reportagens intitulada “À espera de um lar”;
- Prêmio Abraciclo de Jornalismo – Categoria Televisão - Programa Paratodos, com a matéria "Canal Motoboy”;

A série “Reciclagem: do combate ao desperdício à oportunidade de negócio” do radiojornalismo foi a vencedora de 3 prêmios:

- Prêmio Allianz Seguros no tema Sustentabilidade – Mudanças Ambientais.
- Prêmio Jornalistas&Cia/HSBC de Imprensa e Sustentabilidade.
- Prêmio Abrelpe de Reportagem, Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Sólidos.

- Prêmio A Rede, categoria Melhor Conteúdo de Interesse Público - Portal EBC: primeiro prêmio, logo após completar um ano de existência.
- Prêmio Petrobras de Jornalismo 2013, Reportagem Cultural Televisão, categoria nacional -. Programa Expedições, com o episódio “Krajcberg, o grito da Natureza”
- Troféu SET 2013 - Projeto piloto Brasil 4D, durante o Congresso da Sociedade de Engenharia de Televisão (SET).

Menção Honrosa

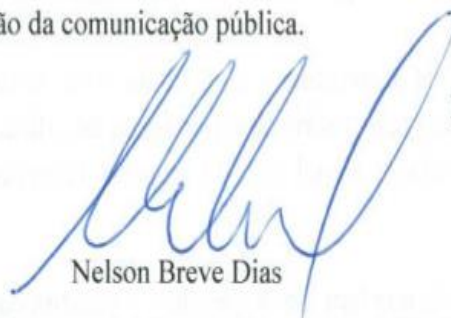
- 35ª Edição do Prêmio Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos - Caminhos da Reportagem com o tema “Carandiru as marcas da intolerância”;
- Prêmio Internacional Roche/Fundação Gabriel Garcia Márquez de Jornalismo em Saúde - Programa Caminhos da Reportagem sobre Câncer.

-
- Menção especial pela contribuição para a TV aberta - Projeto piloto Brasil 4D, durante o LA Cumbre TV Abierta 2013, em Nova Iorque, Estados Unidos. .
 - Finalista no Prêmio ADEP-DF - , Rádio Nacional de Brasília, com as reportagens “Os Direitos das Crianças – Garantias Constitucionais e o ECA”, da jornalista Katiana Rabêlo, e “A Importância da paternidade responsável na vida da criança”, das jornalistas Jéssica Gonçalves e Luisa Caetano.
 - O programa “Arte do Artista” foi um dos indicados ao prêmio da Associação Paulista dos Críticos de Arte – APCA – na categoria programa de variedades.

AGRADECIMENTOS

Os resultados, ora apresentados, retratam a contribuição de todos os empregados no intuito de cumprir a missão estratégica da EBC. O esforço conjunto demonstra fidelidade ao pacto selado recentemente no processo de planejamento estratégico.

A EBC agradece a todos os cidadãos que têm participado de diversas formas com o objetivo essencial de nossa Empresa, a consolidação da comunicação pública.



Brasília, 14 de março de 2014.

Nelson Breve Dias

Diretor Presidente, pela Diretoria Executiva - DIREX.