



A gente se vê por aqui.



MERCADO

A televisão aberta brasileira é responsável pela maior fatia de negócios do mercado de comunicação do País. O meio TV fechou o primeiro semestre de 2009 com participação de 60,2% no bolo publicitário, segundo o projeto InterMeios. Esses poucos números são suficientes para comprovar a relevância do meio TV dentro dos negócios de mídia no País. Sustentado pela receita gerada com a venda de espaços publicitários, o meio se desenvolveu de modo destacado nas últimas décadas, seja pelo aspecto de produção, seja pelo tecnológico. E a Globo, líder em todos os segmentos de audiência e também em faturamento publicitário, é responsável direta pela consolidação da TV no Brasil.

CONQUISTAS

- A Globo foi vencedora do primeiro Leão Relações Públicas recebido pelo Brasil, na categoria "Novas Mídias", no Festival Internacional de Publicidade de Cannes 2009, o mais importante do mundo. O prêmio foi conquistado com a ação virtual "Mil Casmurros", criada pela Globo em parceria com a agência LiveAD, para divulgar a microssérie "Capitu", exibida em dezembro de 2008.

- A Globo, mais uma vez, é apontada como uma das empresas que mais investe em tecnologia da

informação (TI). No ranking das "100 Empresas Mais Ligadas do Brasil", da revista Info EXAME, publicado na edição de junho deste ano, a empresa aparece em 1o lugar no setor de comunicação e em 13o lugar no ranking geral.

- A Globo foi o veículo mais admirado do Brasil em 2008 e, pelo 9o ano consecutivo, a TV aberta mais admirada do país em pesquisa realizada pelo jornal Meio & Mensagem.

- A dramaturgia da Globo vem recebendo, ao longo dos anos, os mais renomados prêmios nacionais e internacionais, incluindo o "Business in the Community Awards for Excellence", tido como o mais importante do mundo na área de responsabilidade social, pelo tratamento das questões sociais da sua programação.

HISTÓRIA

A Globo foi inaugurada em 26 de abril de 1965, pelo jornalista e empresário Roberto Marinho, que trouxe, para o cenário de mídias nacionais, uma nova emissora de televisão.

A TV logo virou Rede. Hoje, 122 emissoras compõem a Rede Globo, levando informação, educação e entretenimento a 99,46% da população brasileira, que prestigiam a Globo com sua audiência.

Nesses quase 45 anos, a Globo mantém o

desafio de preservar a confiança de milhões de espectadores que assistem diariamente à sua programação no Brasil e no mundo. E para fazer uma televisão de alta qualidade, reconhecida internacionalmente, a Globo se inspira no Brasil e nos brasileiros. Todo ano, são exibidas cerca de 2.500 horas de novelas e programas, fazendo da Globo a capital mundial da teledramaturgia; além das mais de 1.800 horas anuais de telejornalismo. Cerca de 90% da programação do horário nobre é de produção própria, o que a torna principal geradora de emprego para artistas, autores, jornalistas e produtores, que representam mais da metade dos seus oito mil funcionários.

O PRODUTO

A Globo orgulha-se de sua produção e do seu método de trabalho, baseado em talentos, investimen-



tos e em sua capacidade de fazer novas apostas no futuro e correr riscos. É nessa fórmula que está o segredo do sucesso e da preferência pela grande parte dos telespectadores brasileiros.

O primeiro produto em rede foi o "Jornal Nacional", em 1969. Até então os programas eram distribuídos apenas para as praças do Rio, São Paulo e Belo Horizonte.

Recursos tecnológicos de última geração e *know-how* desenvolvido internamente por profissionais das mais diferentes áreas elevaram a Globo ao posto de principal fornecedor de imagens do Brasil para o exterior e para o próprio País.

Tipicamente brasileira, a telenovela tem papel de destaque entre os produtos Globo, que são exportados para centenas de países do mundo todo.

EVOLUÇÕES RECENTES

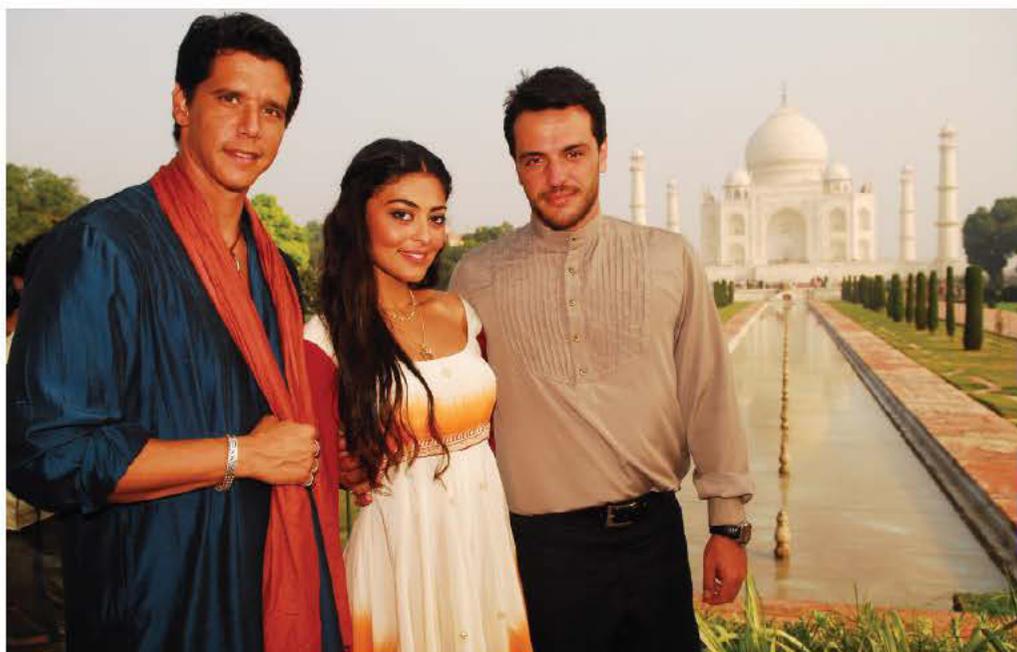
A televisão brasileira entrou em uma nova era – a da TV Digital, que, além de substituir a atual televisão analógica, abre espaço para muitas inovações e transformações da vida cotidiana. A relação do brasileiro com a televisão – que é extremamente própria – se intensifica. As possibilidades são inúmeras: portabilidade e mobilidade são apenas algumas das inúmeras vantagens do sistema digital. Na verdade, trata-se de uma das mais importantes revoluções dos últimos anos na área da comunicação, em que ela passa a ser uma extraordinária ferramenta de educação, intercâmbio e interação com a sociedade.

A TV Digital teve início, na Globo, em 2 de dezembro de 2007, na área metropolitana de São Paulo. Até o momento, 23 cidades brasileiras receberam o sinal digital, entre elas: Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Goiânia, Porto Alegre, Brasília, Recife.



VALORES DE MARCA

A comunicação da Globo, além de expressar a missão da empresa, que é educar, entreter e informar, está baseada em atributos de marca como compromisso com o Brasil, união, qualidade, democracia, liderança, liberdade de expressão, valor público e preocupação com gestão sustentável.



A Central Globo de Produção, complexo de estúdios situado no Rio de Janeiro, que conta com uma área de um milhão de metros quadrados de florestas preservadas (40% replantadas), teve mais uma vez renovada sua certificação ISO 14001, de acordo com os padrões da Associação Brasileira de Normas Técnicas. Abrangendo toda a infraestrutura de produção, revela o uso responsável dos recursos, reduzindo e prevenindo a poluição e o desperdício do início ao fim do processo.

Preocupação com a gestão sustentável na condução do negócio é tão indispensável quanto tornar a prática compatível com o discurso. É isso que a Globo, uma empresa com histórico pioneiro na área da responsabilidade social corporativa e na implantação de formatos inovadores para a produção e veiculação de conteúdos os mais diversos, procura fazer diariamente.

O slogan "A gente se vê por aqui" resume os atributos da marca e os compromissos da empresa e ainda reforça o papel da Globo como "ponto de encontro".

COMUNICAÇÃO

As campanhas de lançamento de produtos, em especial as novelas e minisséries, também estão alinhadas com princípios como o foco na valorização da diversidade e a qualidade da programação.

Além da comunicação institucional e do lançamento de seus produtos, a Globo sempre realiza campanhas em benefício da sociedade. Nos últimos meses, três delas exerceram importante contribuição para a população: a da Gripe Suína, no Rio de Janeiro; a em solidariedade aos desabrigados do norte e nordeste do País; e a campanha Todos pela Educação.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE A GLOBO

- Que a Globo, apesar de ser uma empresa privada, possui "Valor Público", uma qualidade a mais, que vai além da sua missão de educar, entreter e informar, resultado do reconhecimento pela população da colaboração que a empresa proporciona ao desenvolvimento do país e de seus cidadãos.
- Presente nas novelas, que discutem temas relevantes para a sociedade através do merchandising social, estimulando a reflexão e o debate sobre questões de interesse público. Nos projetos sociais próprios – Criança Esperança, Ação Global, Amigos da Escolha e Globo Universidade – ou no apoio a terceiros, a Globo promove a inclusão social, a cultura, a educação, a saúde e o esporte. Seus programas jornalísticos, com matérias educativas e de cunho social, contribuem para a formação de um Brasil melhor.
- O "Valor Público" da televisão aberta é um conceito reconhecido internamente e pelas mais importantes entidades internacionais. No último relatório da Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento, a Globo é citada como um modelo inspirador para o 3o Mundo, o que chamam de "economia criativa". Um conceito que uma empresa privada só conseguiu atingir pela democrática escolha do nosso público, renovada nestes mais de quarenta anos de sintonia com os brasileiros.

