



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 2008 com participação de 58,5% no bolo publicitário, segundo o projeto InterMeios. A Globo é líder em todos os segmentos de audiência e também em faturamento publicitário nesse mercado, além de ser responsável direta pela consolidação histórica da TV no Brasil.

A Globo é também uma das redes de TV mais importantes do mundo.

CONQUISTAS

· Prêmio BitC - Business in the Community Awards for Excellence – Prêmio inglês de reconhecimento internacional considerado o mais importante do mundo para o tratamento de questões ligadas a responsabilidade social na programação televisiva.

· Prêmio Broadcasting Engineering – Globo vence em duas categorias - Os dois projetos de Engenharia inscritos no Broadcast Engineering Excellence Awards (que premia as principais emissoras de TV no mundo) venceram, em 2007, em suas categorias: MG1 HDTV (Globo's Studios), na categoria HD, e Contribuição IP (Intelligent Tool - IT), na categoria Newsroom Technology.

· Prêmio Ação Ambiental 2006 – Gerenciamento de Resíduos e Sustentabilidade – Globo conquista o primeiro lugar - O projeto Gerenciamento de Resíduos & Sustentabilidade desenvolvido na CGP conquistou o primeiro lugar no Prêmio Ação Ambiental 2006 instituído pela FIRJAN. O prêmio tem o objetivo de incentivar e divulgar os melhores exemplos de integração e gestão ambiental associados à estratégia empresarial.

· Força da Marca Globo - Pelo segundo ano consecutivo, a Globo foi destaque, em 2008, no índice de "Força da Marca" do Brasil, alcançando a segunda maior posição no ranking entre as marcas brasileiras. A pesquisa que gera o ranking



das 100 marcas mais fortes do Brasil é realizada pela consultoria britânica Brand Finance. Dentre os critérios de avaliação estão: produtos/serviços, marketing/comunicação, governança corporativa e responsabilidade sócio-ambiental.

· Empresa dos Sonhos dos Jovens 2008 – Globo fica entre as 10 mais votadas - Pela terceira vez e pelo segundo ano consecutivo, a Globo ficou, em 2008, entre as 10 empresas escolhidas pelo público jovem como empresa dos sonhos para se trabalhar. A pesquisa foi realizada pela Cia. De Talentos, consultoria especializada em programas voltados para jovens, que identifica empresas preferidas pelos jovens brasileiros para iniciarem suas carreiras e os motivos dessa escolha.

HISTÓRIA

Em 26 de abril de 1965, a Globo é inaugurada, sonho do jornalista e empresário Roberto Marinho.

No ano seguinte, a emissora fez sua primeira cobertura jornalística de destaque sobre a enchente que o Rio de Janeiro sofreu, causada por cinco dias de fortes chuvas, em que morreram mais de 100 pessoas.

Além do trabalho jornalístico, a Globo participou pela primeira vez de uma campanha comu-

nitária, centralizando a coleta de doativos em um dos seus estúdios e ganhando a simpatia da população carioca.

Em 1969, entrou no ar o primeiro telejornal a ser transmitido em rede nacional – o "Jornal Nacional". Apresentado por Hilton Gomes e Cid Moreira, o público tomou contato com um novo estilo de jornalismo televisivo: dinâmico, ágil e objetivo.

Antes de completar 70 anos, em 1971, Roberto Marinho viu o seu sonho se consolidar assumindo a liderança entre todas as emissoras de TV brasileiras, posição que permanece até hoje.



O PRODUTO

A Globo orgulha-se de sua produção e do seu método de trabalho, baseado em talentos, investimentos 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 da televisão brasileira 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, onde chega a 99,5% da população.

Tipicamente brasileira, a telenovela tem papel de destaque entre os produtos Globo, que são exportados para centenas de países do mundo. É o talento de centenas de autores, diretores, atores, contra-regras e costureiros, entre outros profissionais de suporte igualmente importantes, que faz o País parar para assistir aos capítulos de novelas e minisséries, com temas e ambientação tipicamente brasileiros.

EVOLUÇÕES RECENTES

A televisão brasileira entrou em 2008 em uma nova era, a da TV Digital. Essa nova tecnologia - que



substituirá a atual televisão analógica - abre espaço para muitas inovações e transformações da vida cotidiana brasileira. Trata-se de uma das mais importantes revoluções desde a introdução da TV no país, na década de 50, potencializando o meio como uma extraordinária ferramenta de educação, intercâmbio e interação com a sociedade.

A TV Digital iniciou-se, na Globo, em 2 de dezembro de 2007, na área metropolitana de São Paulo. Em abril de 2008, foi a vez de Belo Horizonte. Em 16 de junho do mesmo ano, a TV Digital entrou no ar no Rio de Janeiro e, em 4 de agosto, chegou a Goiânia. Ao final do primeiro semestre de 2009, todas as principais cidades brasileiras terão o sinal digital da Globo.

VALORES DE MARCA

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

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".

Num mercado competitivo, com uma média de mais de cinquenta por cento da audiência e apostando em conteúdos brasileiros, a Globo tem um papel de destaque na valorização da cultura nacional.

Segundo a pesquisa do Ibope – Marcas de

Confiança, 2007 – dentre as empresas de todos os setores de atuação, a Globo aparece como a segunda empresa socialmente mais responsável do Brasil, na mesma posição de destaque que a Petrobras.

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.

Em 2007, duas exerceram importante contribuição para a população: a da TV Digital - veiculada em pool entre todas as emissoras de TV aberta de São Paulo - e a campanha dos Jogos Pan-Americanos do Rio - que teve abrangência nacional, regional e local e envolveu as empresas das Organizações Globo e seus parceiros em todo o território nacional em torno do conceito de inclusão social através da prática do esporte.

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. O Valor Público é o reconhecimento pela população da colaboração que a empresa proporciona ao desenvolvimento do país e de seus cidadãos.

· Através de projetos sociais próprios - Criança Esperança, Ação Global, Amigos da Escola e Globo Universidade - ou de apoio a terceiros, a Globo promove a inclusão social, a cultura, a educação, a saúde e o esporte.

· Os programas jornalísticos, com suas matérias educativas e de cunho social, contribuem para a formação de um Brasil melhor.

· O "Valor Público" da televisão aberta, aqui representada pela Globo, é um conceito reconhecido pelas mais importantes entidades internacionais. No último relatório da UNCTAD - Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento - a Globo é citada como um modelo inspirador para o 3º. Mundo.

