



## CONTROLADORIA-GERAL DA UNIÃO

DECISÃO DE 6 DE ABRIL DE 2016

Processo nº 00190.004156/2015-64

No exercício das atribuições a mim conferidas pela Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003 e pelo Decreto nº 5.480, de 30 de junho de 2005, adoto, como fundamento deste ato, o Relatório Final da comissão de processo administrativo de responsabilização e o Parecer nº 00019/2016/ASJUR-CGU/CGU/AGU, da Assessoria Jurídica da Controladoria-Geral da União, para arquivar o feito com relação à empresa NM ENGENHARIA E CONSTRUÇÕES LTDA, CNPJ 51.594.950/0001-22, por não haver prova nos autos do envolvimento da citada pessoa jurídica nos fatos apurados no presente processo.

LUIZ AUGUSTO FRAGA NAVARRO DE BRITTO FILHO  
Ministro de Estado Chefe da Controladoria-Geral da União

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA  
EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO S.A. - EBC  
CNPJ 09.168.704/0001-42

RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO - EXERCÍCIO 2015

### APRESENTAÇÃO

A Empresa Brasil de Comunicação S/A – EBC foi instituída em 24 de outubro de 2007, pelo Decreto nº 6.246/2007, com base na Medida Provisória nº 398/2007, posteriormente convertida pelo Congresso Nacional na Lei nº 11.652/2008, para implantar e operar as emissoras de rádio e televisão do Governo Federal e formar uma Rede Nacional de Comunicação Pública, com o objetivo de desenvolver a consciência crítica das pessoas e contribuir para a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação social nos debates públicos relevantes. Além disso, apoiar processos de inclusão social e socialização da produção e difusão de conhecimento, garantindo espaços para produções regionais e independentes.

Desde a criação, a EBC busca aperfeiçoar processos internos, métodos de trabalho, capacitação de equipes, entre outras medidas de gestão, para atingir todos os objetivos institucionais delineados na Lei nº 11.652/2008.

Em 2015, a Empresa, no que tange a redução de riscos operacionais relativos a infraestrutura de tecnologia da informação e de engenharia de radiodifusão, por exemplo, vem focando esforços em aprimorar seus processos de gestão, ampliar a oferta de treinamentos aos empregados, revisar metodologias de trabalho que permitam a otimização de despesas e a redução de custos com ganhos de produtividade e segurança e, com isso, a consequente redução dos referidos riscos. Em 2015, foram realizadas diversas contratações com esse intuito, havendo outras ainda em processamento.

A **Conjuntura** em que a Empresa esteve envolvida em 2015 passa pela grande revolução tecnológica enfrentada também por outras organizações, públicas ou privadas, do setor de radiodifusão e comunicação, não só nacionais, mas também estrangeiras. O cenário macroeconômico brasileiro trouxe ainda maiores desafios à Empresa.

A **Estratégia Empresarial**, revisitada em 2014, favoreceu o alinhamento do Plano Plurianual – PPA 2016/2019 com a política pública de comunicação do Governo Federal, buscando assegurar recursos necessários a sua execução. A Estratégia prevê mais acesso a conteúdos que agreguem valor e que melhorem a qualidade de vida das pessoas, envolvendo a intensificação dos investimentos na infraestrutura de internet, na melhoria da qualidade de transmissão e expansão do sinal digital em TV aberta e na qualidade dos conteúdos programados, entre outras atividades relevantes.

No campo da **Governança Corporativa**, a Empresa instituiu área específica para tratar do tema, congregando a gestão dos principais processos e prestando o apoio necessário aos órgãos colegiados previstos no Estatuto Social e que desempenham este importante papel.

Quanto ao **Desempenho Econômico-Financeiro**, a EBC ultrapassou, pela primeira vez desde a criação da empresa, a administração de ativos acima de R\$ 1 bi. A aquisição de obras audiovisuais, que constituem grande parte do ativo intangível da Empresa, foi incrementado em 15,7% em relação a 2014. Apesar do aparente quadro favorável, mas por conta do contexto macroeconômico brasileiro, houve redução do patrimônio líquido em 2015.

A área de **Gestão de Pessoas** administrou 2.600 profissionais vinculados à EBC, nas mais variadas funções e atividades. Apesar de ter competência institucional para gerir seu próprio quadro de pessoal, recebeu recomendação do Departamento de Coordenação e Governança das Estatais – DEST, vinculado ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão – MP, para manter o quantitativo de pessoal abaixo do limite fixado por aquele mesmo Órgão. Apesar da limitação, investiu quase R\$ 1 milhão em ações de capacitação de pessoal e aprovou novo Acordo Coletivo de Trabalho.

O **Desempenho Operacional** da Empresa continuou buscando o aprimoramento contínuo das atividades com vistas ao cumprimento dos objetivos institucionais traçados na Lei nº 11.652/2008, motivo pelo qual promoveu a modificação da grade da TV Brasil, renovando a identidade visual e sonora da emissora, com conteúdo inédito representando quase a metade da grade de programação. Houve também a reformulação da programação das emissoras de Rádio da Empresa, bem como a realização de parcerias com várias instituições para o incremento da grade. A atuação na *Web* também foi reforçada, com a criação de Superintendência Executiva para cuidar das equipes do Portal EBC, da Agência Brasil e da Radioagência Nacional. No campo da captação de receitas, a EBC superou em 3% o valor de 2014, fechando o ano com R\$ 95 milhões em serviços prestados. A mudança na cabeça de rede, do Rio de Janeiro, para Brasília, concluída em 2014, gerou reflexos positivos em 2015.

No que pertine à **Inovação**, acompanhando os avanços da era digital, as Rádios da EBC passaram a utilizar o aplicativo *WhatsApp* para interagir com os ouvintes. Quanto ao Projeto Brasil 4D, a Empresa deu continuidade às ações iniciadas anteriormente.

Nas **Relações Institucionais** e na **Gestão da Imagem Corporativa**, a Empresa realizou uma série de eventos e encontros setoriais, notadamente com as associadas da Rede Nacional de Comunicação Pública de TV – RNCP/TV, em que, numa das ocasiões, estiveram presentes quase todos os presidentes e dirigentes das principais emissoras parceiras da EBC. Foram promovidos relacionamentos, inclusive internacionais, em mesas de seminários, painéis e mesas de debates em universidades e conferências setoriais para o mercado de comunicação.

No que concerne ao **Atendimento ao Cidadão**, a Empresa reativou a publicação da Coluna da Ouvidoria, no Portal da Agência Brasil, visando, justamente, à estimular a visão crítica do cidadão sobre o meio ambiente midiático em que vive, assim como do endereço eletrônico institucional [ouvidoriadaebc@ebc.com.br](mailto:ouvidoriadaebc@ebc.com.br).

A **Responsabilidade Social** permanece preocupação constante da Empresa. Em 2015, foram instituídas diversas Campanhas com essa finalidade, além da manutenção de programas importantes nessa área.

Por fim, a Empresa continuou recebendo **Prêmios e Reconhecimentos** pelos trabalhos realizados ao longo também de 2015, repetindo o feito de anos anteriores.

Estes são os destaques deste Relatório da Administração de 2015, que se amolda como verdadeira prestação de contas da Empresa perante a sociedade e ao acionista controlador, rumo, sempre, à busca incessante pela eficiência, eficácia e efetividade dos bens e serviços que administra e presta.

### CONJUNTURA

O Brasil, assim como os demais países do mundo, está passando por profundas e rápidas transformações culturais, decorrentes dos avanços tecnológicos. Esses avanços alteram a relação das pessoas

com os meios de comunicação e a forma delas compreenderem e se relacionarem com um mundo mais digitalizado e conectado, mas, ao mesmo tempo, mais volatilizado, individualista e personalista.

Analistas de Tendências Mundiais avaliam que as indústrias criativas vão se tornar os maiores contribuintes do Desenvolvimento Produtivo Global (GPD) até a metade deste século (Richard Watson, *Future Files*, edição 2014). Não apenas as que estão globalizando o lazer e o entretenimento, mas também aquelas que popularizam o acesso a todo tipo de conhecimento e informação.

Com um bilhão de *smartphones* sendo vendidos a cada ano, o mundo poderá ter o dobro de conexões celulares em quatro ou cinco anos. Estima-se que em 2020 o mundo terá mais de sete bilhões de dispositivos conectados à internet (Instituto Gartner, 2013<sup>1</sup>), demarcando o início de uma nova tecnologia da conectividade entre todas as coisas (*A Internet das Coisas*).

Nesse novo ambiente, se as empresas de comunicação não criarem um novo modelo sustentável de negócios, os conteúdos qualificados, como os do jornalismo comprometido com os verdadeiros interesses públicos, poderão deixar de existir ou se tornar irrelevantes nos próximos dez anos.

A consolidação da Rede Nacional de Comunicação Pública tem como propósito promover o acesso a serviços de Comunicação Pública multimídia para desenvolver a consciência crítica das pessoas e contribuir para a construção da cidadania, a consolidação da democracia e a participação social nos debates públicos relevantes. Além disso, apoiar processos de inclusão social e socialização da produção e difusão de conhecimento, garantindo espaços para produções regionais e independentes.

O desligamento da TV analógica é uma oportunidade única que se configura em cenário desafiador para conquistar novas audiências e, assim, levar a Comunicação Pública de qualidade aos cidadãos brasileiros, posicionando as emissoras públicas em condições de igualdade tecnológica na transmissão de sinal em relação às emissoras comerciais.

Além dos impactos positivos da digitalização para a Comunicação Pública, também é importante considerar os hábitos de consumo de mídia no Brasil, que vêm sendo acompanhados pela Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal. Em sua terceira edição, a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 entrevistou 18.312 pessoas (maiores de 16 anos) de 848 municípios. A pesquisa apontou que 95% dos entrevistados têm como hábito assistir televisão, 55% ouvem rádio, 48% usam a internet, 21% leem jornais e 13% leem revistas.

Vale ressaltar que, relativamente ao acesso à internet, 71% se dá por meio de computadores e *notebooks* e 66% por meio de *smartphones*. Entre os internautas, 92% estão conectados por meio de redes sociais, sendo as mais utilizadas o *Facebook* (83%), o *Whatsapp* (58%) e o *Youtube* (17%).

De acordo com esse contexto, a Comunicação Pública e a EBC têm muitos desafios a enfrentar a médio e longo prazos: 1) ampliar, interiorizar e diversificar seu público, proporcionando experiências integradas, atrativas e participativas; 2) direcionar seu foco estratégico para a oferta de conteúdos multimídia, que podem ser próprios, de parceiros, de colaboradores ou de produtores independentes; 3) ter mais agilidade, eficiência, eficácia e efetividade em seus processos críticos, com o necessário suporte tecnológico; 4) qualificar e engajar seus profissionais para o desenvolvimento de competências e talentos multidisciplinares, para disseminar a cultura da inovação, do resultado e da valorização.

O alcance de resultados efetivos da política de Comunicação Pública, prevendo ampliar a produção e o acesso a conteúdos multimídia no Brasil, está em proporção direta com a ampliação da cobertura em sinal digital da TV Brasil, da cobertura das Rádios Públicas, e em dar maior acesso a web, por meio das Agências e Conteúdos Digitais para garantir maior disponibilidade de acesso à população brasileira aos veículos da EBC.

Por outro lado o cenário macroeconômico, do Brasil e do mundo, apresentou um arrefecimento maior da economia brasileira, com baixa recuperação dos indicadores econômicos, de forma que o ano de 2015 foi bastante desafiador para todos os brasileiros. Do governo à iniciativa privada, as necessidades de ajuste fiscal, dado o cenário macroeconômico do País, trouxeram inquietudes, dificuldades e busca por novos horizontes.

A EBC, enquanto empresa pública de comunicação, não ficou imune aos ajustes orçamentários e a necessidade de realinhamento da estratégia e dos projetos estratégicos, visando assegurar a visão: “Ser referência em Comunicação Pública”, as condições básicas para o alcance da missão da empresa: “Criar e difundir conteúdos que contribuam para a formação crítica das pessoas”, bem como a continuidade do negócio.

### ESTRATÉGIA EMPRESARIAL

A crise do modelo de negócio dos meios comerciais de comunicação é um desafio para o segmento e para a EBC. Oferece, no entanto, oportunidades para a conquista e a afirmação da credibilidade e qualidade da EBC no mercado da comunicação.

A Estratégia Empresarial da EBC foi revista em 2014, com a implantação do Plano Estratégico previsto para o período de 2015 a 2022. A elaboração do Plano Plurianual - PPA 2016/2019 levou em consideração a Estratégia para assegurar o alinhamento com a política pública de comunicação do Governo Federal, bem como os recursos orçamentários necessários à execução da Estratégia.

As diretrizes básicas que orientaram o Plano Estratégico foram: ampliar e diversificar as receitas para alcançar sustentabilidade econômica; ampliar as audiências com conteúdos inovadores e de excelente qualidade de produção, programação e distribuição; integrar as operações multimídia; organizar os processos para melhorar a competitividade; desenvolver os empregados e gestores para atuarem com integridade, honestidade e justiça, capacitando-os e motivando-os a servir à sociedade com resultados efetivos.

A Estratégia da EBC prevê entregar à sociedade mais acesso a conteúdos multimídia que agreguem valor e sejam relevantes para ampliar o conhecimento do público sobre o que lhes interessa para viver melhor e ter mais oportunidades na vida. Do ponto de vista da EBC, satisfazer as necessidades da sociedade, ganhando confiança e admiração, é o caminho para aumentar, diversificar e fidelizar o público, tornando-a competitiva e socialmente relevante.

O aumento da credibilidade tornará o jornalismo da EBC uma referência para os demais veículos de informação, aproveitando a oportunidade de integração da produção jornalística, por meio da *web* - Agência Brasil, Radioagência e os conteúdos digitais.

1 [http://www.gartner.com/imagesrv/symposium/br/docs/executive\\_summary.pdf](http://www.gartner.com/imagesrv/symposium/br/docs/executive_summary.pdf).