



Plano de Trabalho 2017



SUMÁRIO



APRESENTAÇÃO	3
CONTEXTO ORÇAMENTÁRIO.....	5
DIRETRIZES COLEGIADAS	6

APRESENTAÇÃO



O Plano de Trabalho 2017 apresenta as estratégias da Empresa Brasil de Comunicação que orientarão as realizações das Plataformas de TV, Rádio e Web, bem como das atividades de Acervo, Serviços, da Rede de Comunicação Pública, das Operações, Transmissões e Tecnologia da Informação e Comunicação e da Administração e Gestão Empresarial.

Para o cumprimento da sua missão de “Criar e difundir conteúdos que contribuam para a formação crítica das pessoas”, a EBC norteia seus projetos e ações com base nos objetivos estabelecidos em seu Mapa Estratégico.

A EBC tem empreendido esforços para aprimorar as ferramentas de planejamento e gestão, em função do compromisso com a modernização e a transparência, elementos fundamentais para a Governança Corporativa e para a concretização do Plano Estratégico da EBC.

Com o mesmo intento, a Empresa busca cumprir o que foi proposto, no exercício de 2015, em seu PPA – Plano Plurianual para o período 2016/2019, assim como as Diretrizes a serem priorizadas, aprovadas pelo Conselho de Administração com base nos objetivos a serem alcançados pela EBC no mesmo período. Estas diretrizes são detalhadas no item Diretrizes Colegiadas, neste relatório.

O Plano de Trabalho, no curto prazo, reflete a execução de projetos e ações para o alcance dos objetivos estratégicos, da visão e da missão da Empresa associando, desta forma, a estratégia à conjuntura política e econômica em que a Empresa está inserida, que poderão impactar o plano e os resultados do exercício.

O cenário de atuação da EBC em 2017 aponta desafios que devem ser considerados para compreensão deste Plano de Trabalho:

- Restrições orçamentárias em relação à disponibilidade de recursos do Governo Federal;
- Consolidação da gestão da nova Diretoria Executiva;
- Implantação da nova Modelagem da Estrutura Organizacional;
- Aperfeiçoamento da gestão por resultados com a inovação do modelo de gestão de projetos e ações, com acompanhamento mensal da execução física e orçamentária dos projetos;
- Implementação dos dispositivos da nova Lei das Estatais 13.303/2016 e do Decreto 8.945/2016, que regulamenta a lei no âmbito da União, visando aprimorar a gestão e o controle social das empresas, bem como acelerar o processo de profissionalização e qualificação gerencial dos administradores das empresas estatais;
- Reposicionamento das relações políticas-institucionais, a fim de que a Empresa tenha maior visibilidade e um posicionamento diferenciado junto aos copartícipes da gestão pública, clientes, parceiros institucionais e órgãos de controle;
- Necessidade de aproveitamento qualificado dos recursos orçamentários destinados a investimento na modernização da grade de programação e na atualização tecnológica operacional; e

- Digitalização da TV no Brasil que condiciona e orienta a atuação específica da EBC no cenário nacional, enquanto realizadora da política de universalização da comunicação pública no Brasil.

Desta forma, o ano de 2017 será marcado por um Plano de Trabalho, que, embora alinhado à estratégia da Empresa, enfrentará desafios conjunturais específicos, que ora orientam para a inovação, ora orientam para a manutenção da situação atual. As restrições orçamentárias que afetaram a EBC nos últimos três anos, entretanto, exigem nesse momento um ponto de inflexão diante da realidade tecnológica, econômica e financeira da Empresa.

A conquista de um novo posicionamento e de avanços para a EBC e para as Plataformas da TV, da Rádio e da Web, bem como para a modernização administrativa e a gestão empresarial, dependerão da atuação articulada do Conselho de Administração, da Diretoria Executiva e dos gestores e dos empregados no exercício de 2017, para aperfeiçoar o monitoramento dos projetos e ações que compõem o Plano de Trabalho e reorientar a segunda atualização da estratégia e a revisão do PPA 2016/2019, previstos para 2017, de acordo com a realidade conjuntural.

A elaboração do Plano de Trabalho 2017 teve início em outubro de 2016 após orientações da Diretoria Executiva e do Conselho de Administração, que definiram diretrizes e prioridades claras para nortear a elaboração do Plano de Trabalho da Empresa.

CONTEXTO ORÇAMENTÁRIO



A Lei Orçamentária Anual – LOA para o exercício de 2017 prevê para a EBC o orçamento global de R\$ 708,4 milhões. Considerando que integra o orçamento global a reserva de contingência¹, no valor de R\$ 30,1 milhões, o orçamento efetivamente disponível para a EBC em 2017 totaliza, na realidade, R\$ 678,3 milhões. Desse montante, R\$ 386,3 milhões são destinados, obrigatoriamente, a despesas com pessoal e pagamento de sentenças judiciais, o que corresponde a 57% do orçamento global. Nesse valor, estão incluídos salários e encargos, previdência privada e despesas com causas trabalhistas.

LOA 2017 – Orçamento da EBC

R\$ 1,00

DESCRIÇÃO	VALORES
RECURSOS LOA 2017	R\$ 708.409.651,00
(-) RESERVA DE CONTINGÊNCIA	R\$ 30.083.573,00
LOA 2017 - LIBERADA	R\$ 678.326.078,00
(-) PESSOAL	R\$ 386.319.558,00
(-) BENEFÍCIOS SOCIAIS	R\$ 54.335.058,00
(-) SENTENÇAS (CUSTEIO)	R\$ 900.000,00
(=) ORÇAMENTO DISCRICIONÁRIO (CUSTEIO + INVESTIMENTO)	R\$ 236.771.462,00
CUSTEIO	R\$ 221.771.462,00
INVESTIMENTO	R\$ 15.000.000,00

Fonte: Sistema Integrado de Administração Financeira - SIAFI

Além desses valores obrigatórios, há R\$ 54,3 milhões para as despesas com benefícios sociais (auxílios alimentação, saúde, odontológico, pré-escolar e transporte), despesas com pessoal de natureza de custeio. Estas despesas correspondem a 8% do orçamento total liberado.

Portanto, em 2017, a EBC terá comprometido 65% de seu orçamento global exclusivamente para o pagamento das despesas obrigatórias (R\$ 441,5 milhões). Restam, portanto, apenas 35% do orçamento liberado, ou R\$ 236,8 milhões, para as denominadas despesas discricionárias, sendo R\$ 221,8 milhões em custeio e R\$ 15 milhões em investimento.

¹ **Reserva de Contingência** - dotação constante da Lei Orçamentária, sem destinação específica nem vinculação a qualquer órgão, cuja finalidade principal é servir de fonte de cancelamento para a abertura de créditos adicionais, ao longo do exercício.

DIRETRIZES COLEGIADAS



O Mapa Estratégico da EBC contém o conjunto dos objetivos que a organização deve alcançar para cumprir sua missão de “Criar e difundir conteúdos que contribuam para a formação crítica das pessoas”.

Esses objetivos nortearam a Empresa a programar as ações das plataformas de Televisão, Rádio e Web, bem como de Engenharia, Tecnologia, Rede, Relacionamentos, Gestão e Administração, setores importantes para a execução da estratégia e o alcance dos objetivos propostos.

A EBC elaborou sua proposta do PPA – Plano Plurianual 2016/2019 no exercício de 2015. Da mesma forma que o Mapa orientou a elaboração dos projetos estratégicos e operacionais, o PPA foi construído a partir dos objetivos abaixo destacados.



Em 2017, a EBC dará maior importância à estratégia, priorizando os objetivos de maior impacto para o negócio nos próximos quatro anos, para que os resultados a serem entregues à sociedade sejam alcançados até o ano de 2019, período de abrangência do PPA em vigência. Essa diretiva orientou a elaboração do Plano de Trabalho 2017.

Em 2015, o Conselho de Administração - CONSAD, com base na apresentação realizada pela Diretoria Executiva sobre os objetivos a serem alcançados pela EBC no período 2016/2019, aprovou as Diretrizes a serem priorizadas nos Planos de Trabalho para os anos de 2016 a 2019, juntamente com seu detalhamento. As mesmas Diretrizes nortearam a produção do Plano de Trabalho 2017, pois vigoram desde 2016 sem modificação.

As diretrizes do CONSAD foram agrupadas nos quatro grandes processos de gestão da Empresa: Conteúdo e Programação; Distribuição; Negócios; e Gestão e Relacionamento.

Obs.: o Item C – Olimpíadas foi uma diretriz específica para 2016



No decorrer de 2017, está prevista a realização da segunda atualização da Estratégia, dos projetos, dos indicadores e das metas do Plano Estratégico, bem como a revisão do Plano Plurianual da EBC - PPA - 2016/2019, dada a atualização do cronograma de digitalização da televisão no Brasil e a presente realidade orçamentária da EBC.

A atualização da estratégia também impactará as Diretrizes aprovadas em 2015 pelo CONSAD para o PPA - 2016/2019 e para os Planos de Trabalho de 2018 e 2019, que também deverão ser reorientadas pelo Conselho de Administração no decorrer de 2017.

O Plano de Trabalho também se baseou nas 20 Diretrizes vigentes e emanadas pelo Comitê de Programação e Rede (anexo II) e por Diretrizes específicas da Diretoria Executiva – DIREX para o exercício de 2017.

A Diretoria ainda definiu linhas que devem ser prioritariamente consideradas na definição dos projetos. São elas:

- a) Jornalismo;
- b) Conteúdo para Rádio, TV e Web financiado com recursos de custeio ou sem custo direto;
- c) Melhoria e desenvolvimento da Plataforma Web;
- d) Novas aquisições de direitos de exibição de programação infantil;
- e) Manutenção e conservação da sede da EBC no Rio de Janeiro, especialmente no que tange à manutenção ou troca de ar-condicionado, manutenção ou troca de elevadores e formação de brigada de incêndio;
- f) Aquisição de direitos de 52 filmes latino-americanos do projeto Ibermedia, em parceria com a Agência Nacional de Cinema - Ancine;
- g) Investimento na reposição de equipamentos destinados ao funcionamento das plataformas e à transmissão de sinal.

O Comitê de Programação e Rede definiu 20 diretrizes, divididas em 10 temas, para aquisição e produção de conteúdos pela EBC, que também orientaram a elaboração do Plano de Trabalho.

Tema 1: Seleção e avaliação do conteúdo das plataformas EBC

DIRETRIZ 1

A inclusão ou a permanência de conteúdos nas grades de programação dos veículos da EBC deve ter como referência balizadora os preceitos estabelecidos na Lei de criação da EBC (Lei nº 11.652, de 2008), especialmente em seus artigos 2º e 3º, observadas adicionalmente sua Missão e Finalidades.

DIRETRIZ 2

Adicionalmente à Diretriz 1, os seguintes critérios e parâmetros devem ser observados, de modo a atender às necessidades e às especificidades da comunicação feita pela EBC.

1. Relevância: É a capacidade que o conteúdo/programa tem de gerar repercussão positiva na mídia especializada, outros produtores ou programadores de conteúdo, público prioritário do conteúdo, etc. Alguns aspectos que devem ser utilizados para verificação são:

- Análise de Mídia (incluindo as mídias sociais)
- Premiações recebidas

2. Inovação: É a capacidade de organizar técnicas e ferramentas narrativas, apropriando-se das tecnologias disponíveis para construir obras audiovisuais e radiofônicas novas e capazes de gerar valor, relevância e conhecimento.

3. Visibilidade: Visibilidade é mais que audiência. É capacidade que o conteúdo/programa tem em captar a atenção do público (telespectador/ouvinte/leitor) em geral, mais em especial do público para o qual é dirigido prioritariamente. Alguns aspectos que devem ser utilizados para verificação são:

- Posição na Grade (o quanto recebe e o quanto entrega de audiência)
- Atinge o público para o que foi feito?
- Estabilidade de audiência (audiência em um intervalo de tempo definido)
- Repercussões na Ouvidoria/Central do Ouvinte
- Análise de Mídia (incluindo mídias sociais) – sob o aspecto qualitativo.
- Monitoramento em tempo real (web)
- Uso de grupos focais.

4. Custo e potencial de captação: A otimização dos custos de produção é um fator preponderante para a análise dos conteúdos, tendo como parâmetro os custos de produção de gênero e formato semelhantes. Além disso, o potencial de captação pode ser definido como a

relação entre o investimento feito pela EBC/Parceiro e a capacidade de retorno financeiro que o conteúdo/programa pode ter ao longo de sua trajetória de circulação e fruição. Alguns aspectos que devem ser utilizados para verificação são:

- Custo por minuto e/ou hora
- Potencial de geração de recurso
- Recursos efetivamente gerados

5. Convergência com outros meios e plataformas: É a potencialidade que o conteúdo tem de ser trabalhado em suas possibilidades convergentes (trans, cross e multi) desde sua concepção, permitindo que o desenvolvimento do produto, e conseqüentemente sua produção, incorpore todas as possibilidades de distribuição, fruição e formatos, ampliando suas potencialidades de ser distribuído, exibido ou complementado em várias plataformas.

O conteúdo infantil deve priorizar a integração entre as plataformas (todo conteúdo infantil deve ter desdobramentos na web, necessariamente).

Tema 2: Conteúdo infantil

DIRETRIZ 3

Definir estratégias claras e uma política unificada e multiplataforma para a atuação da EBC junto ao público infantil.

Tema 3: Produção independente e regionalização

DIRETRIZ 4

Para continuar fortalecendo o relacionamento com a produção independente em todos os veículos da EBC, deve-se definir o **Banco de Projetos e o Pitching** como porta de entrada de obras *prioritariamente* independentes.

O conceito de produção independente na Lei da EBC define que para uma obra ser considerada independente, a EBC não pode ser detentora majoritária dos direitos patrimoniais. Assim, não é apenas pela caracterização do parceiro como produtor independente que se deve analisar o cumprimento desta cota. Deve-se também atentar para a proporcionalidade do investimento e da participação patrimonial.

DIRETRIZ 5

5.1 - Para efeito de cumprimento da cota de 10% de conteúdo regional na televisão serão considerados apenas os conteúdos nacionais cuja origem da produção, coprodução ou licenciamento não forem do Rio de Janeiro, São Paulo ou Brasília;

5.2 - Para efeito de cumprimento da cota de 10% de conteúdo regional nas Rádios serão considerados os conteúdos produzidos com equipe residente no local/região da área de cobertura da emissora. Os conteúdos das parcerias com emissoras públicas e entidades da sociedade civil de outros estados e regiões do país também deverão compor as grades de programação a fim de se garantir a diversidade de sotaques, linguagens e estética de produção;

5.3 - Embora não haja uma forma adequada de mensurar um percentual de regionalização do conteúdo, a plataforma Web trabalhará com conteúdos regionais por meio de conteúdo colaborativo e curadoria de conteúdo, além de recorrer a materiais produzidos e apresentados pela RNCP.

Serão priorizados, para atendimento desta diretriz, os conteúdos produzidos pela Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP). As produções também devem atender a padrões de qualidade técnica mínimos, que serão analisados pelo Comitê de Programação caso a caso.

DIRETRIZ 6

Definir uma política para utilização dos conteúdos de Rede, favorecendo a regionalização dos conteúdos, além de aprimorar o relacionamento e a sinergia com os parceiros, contribuindo para a consolidação da Rede Nacional de Comunicação Pública.

Tema 4: Modelo de produção e aquisição de conteúdos

DIRETRIZ 7

A definição do modelo de produção e aquisição de conteúdos é fundamental para se utilizar melhor os recursos humanos e financeiros da Empresa, além de contribuir para o cumprimento da legislação. No caso de novas produções, deverão ser observados os princípios definidos na Diretriz 1, além dos critérios abaixo relacionados.

7.1 – Produção própria:

Participação patrimonial	100% EBC
Perfil	Conteúdos com maior capacidade de imprimir de forma mais direta a identidade, linha editorial e estética dos veículos da Empresa. Seu foco será a produção em volume que favoreça os fluxos de publicação e veiculação dos canais EBC, incluindo ao vivo e tempo real.
Modelo produção /contratação	Produção interna, em parceria com produtoras externas utilizando recursos da EBC ou contratações externas, preferencialmente via modalidade concurso.

7.2 - Coproduções independentes nacionais:

Participação patrimonial	Até 49% EBC e a partir de 51% produtoras independentes
Perfil	Conteúdos independentes com foco na maior circulação do produto por meio da parceria com outras empresas/instituições, agregando valor à marca e potencializando a receita.
Modelo produção /contratação	Seleção via Banco de Projetos, buscando investimento proporcional à participação patrimonial.

7.3 - Coproduções internacionais:

Participação patrimonial	Variável
Perfil	Conteúdos realizados com o campo de comunicação pública mundial, com prospecção e negociação direta da área responsável. Seu foco é na maior circulação por meio de outros parceiros, agregando valor à marca e potencializando a receita.
Modelo produção /contratação	Direta

7.4 – Licenciamentos

Participação patrimonial	0
Perfil	Conteúdos artísticos e culturais, nacionais e internacionais, com ônus ou sem ônus, de alto valor agregado, complementares à produção própria, com vistas a atender às estratégias e fluxos de publicação e veiculação dos canais EBC.
Modelo produção /contratação	Direta ou via editais

7.5 - Projetos de oportunidade:

Participação patrimonial	Variável
Perfil	Conteúdos oriundos de descentralizações orçamentárias de outros órgãos governamentais ou projetos que têm apoio institucional que amortize total ou parcialmente os valores investidos em produção.
Modelo produção /contratação	Direta

Obs.: Parcerias Institucionais, projetos com forte componente de Inovação e projetos em parceria com a RNCP poderão receber tratamentos diferenciados quanto à patrimonialidade e aos modelos de produção ou contratação, conforme políticas específicas.

Tema 5: Planejamento integrado de conteúdo

DIRETRIZ 8

O planejamento de novos conteúdos deverá seguir um fluxo de trabalho convergente e integrado, a fim de estimular a concepção de conteúdos transmídia e crossmídia, favorecer a interatividade e a colaboração e gerar resultados positivos no que se refere a marketing e negócios.

Todos os produtos a serem lançados passarão por um alinhamento entre as áreas de produção, programação, comunicação e marketing, com vistas ao planejamento de lançamento de cada produto, com definição de ações, cronograma e de um “líder” de produto/projeto. É importante também que seja destinado e garantido no orçamento do produto um valor para o item promoção e divulgação interna e externa. Por fim, deve-se pensar estratégias de comunicação/divulgação internas de cada novo produto ou produção.

DIRETRIZ 9

Tornar o Comitê de Programação e Rede um espaço de discussão menos operacional e mais estratégico, atualizando os fluxos de trabalho e revisando o regimento.

DIRETRIZ 10

A Web deve ser um vetor de divulgação e fortalecimento das plataformas TV e Rádio, não apenas disponibilizando seus conteúdos em formato digital (acervo), mas também criando sinergias entre os produtos, os veículos e o público (multitelas). Para isso, é essencial a inclusão nos contratos de produção, coprodução e licenciamento, sempre que possível, dos direitos de exibição ao vivo e sob demanda de áudio e vídeo na Web e outras plataformas.

Tema 6: Plataforma TV

DIRETRIZ 11

A grade de programação da TV Brasil deve ser formada pelo tripé estratégico baseado em programação infantil de excelência, jornalismo e informação com credibilidade e entretenimento com conhecimento.

DIRETRIZ 12

A TV Brasil Internacional deve ampliar sua cobertura e também a produção voltada para o seu público específico. Ela também deve voltar a ter atenção especial com o público latino-americano, que tem necessidade de conteúdo brasileiro em língua espanhola. Deve utilizar mais conteúdos da RNCP e de outras TVs Públicas e manter parceria com a TV Justiça, TV Câmara e TV Senado.

Tema 7: Plataforma Web

DIRETRIZ 13

A EBC precisa fortalecer a Plataforma Web, composta por Portal EBC, site TV Brasil, site TV Brasil Internacional e site Rádios EBC, para distribuir todos os conteúdos da Empresa, ressalvados os impedimentos legais, e interagir com a rede, reforçando o alcance de público com linguagem própria da plataforma. Além de ser um repositório das produções da casa, a plataforma Web deve ser o espaço da convergência e integração dos produtos da EBC, da rede de comunicação pública e da sociedade. O trabalho com curadoria de conteúdo colaborativo e público deve ser uma meta da plataforma. A produção própria, complementarmente, deve produzir materiais como aplicativos, sistemas, conteúdos em tempo real, transmissões ao vivo e especiais multimídia.

DIRETRIZ 14

A EBC deve, de forma coordenada, criar meios de interagir com o público das redes sociais e atraí-los para a sua programação. É necessário colocar em prática o Manual de Mídias

Sociais, manter perfis prioritários e congelar perfis inativos. Também é importante começar imediatamente a inserir *#hashtag* na tela da TV em transmissões ao vivo.

Tema 8: Plataforma Rádio

DIRETRIZ 15

Redefinir a lógica de organização das emissoras por eixos de afinidade. Essa nova dimensão organizacional, em sintonia com o planejamento estratégico, propiciará uma maior sinergia entre as emissoras de rádio e outras plataformas da EBC, além de permitir uma otimização na produção e na veiculação de conteúdos, de forma que possam ser aproveitados em um maior número de grades de programação, sem, contudo, desconsiderar as características históricas e as identidades de cada emissora. Para isso, é proposta a seguinte organização:

15.1. Criação dos Eixos de afinidade:

a) Eixo 1 – Informativo, esportivo e de utilidade pública: Tem como principal objetivo ampliar significativamente a produção de conteúdo informativo, por meio de um jornalismo diferenciado com foco no cidadão. O esporte tratado como vetor de inclusão social e como importante expressão da cultura brasileira. As informações de utilidade pública e serviço como forma de fazer diferença na vida cotidiana da população e na promoção dos direitos humanos.

b) Eixo 2 – Educativo, colaborativo e experimental: Fortalecer o legado do rádio educativo e artístico de forma lúdica e ousada, dialogando com universidades, escolas, rádios experimentais e comunitárias, a fim de consolidar uma rede de conteúdo radiofônico colaborativo que possa atender a sociedade brasileira. Transformar-se em um "laboratório" de inovações radiofônicas enquanto linguagem e em diferentes plataformas, com o objetivo de formar novos públicos para o veículo rádio, entre eles o infantil e o juvenil.

c) Eixo 3 – Cultural e musical: Fortalecer e potencializar a programação musical e cultural, ampliando a complementariedade entre os eixos e a diversidade de atuação das Rádios EBC. Ampliar a variedade de conteúdos para a inclusão de outros gêneros musicais, sem perder a principal característica das emissoras.

15.2. Posicionamento das emissoras dentro dos eixos propostos*:

- Eixo 1: Nacional do Rio AM, Nacional de Brasília AM, Nacional da Amazônia OC e Nacional do Alto Solimões AM;

- Eixo 2: MEC AM Rio e MEC AM Brasília;

- Eixo 3: Nacional FM Brasília, MEC FM Rio de Janeiro e Nacional FM do Alto Solimões.

** O fato de uma emissora ser encaixada em um eixo, não exclui a possibilidade de conteúdos prioritários de outros eixos entrarem em sua programação.*

Tema 9: Plataforma Agências

DIRETRIZ 16

Consolidar o modelo de produção de conteúdos das Agências EBC, com foco no cidadão e também em veículos de comunicação, considerando agilidade e linguagem.

DIRETRIZ 17

A Agência Brasil deve ter como meta aprimorar a cobertura de matérias não factuais, ampliando seu leque de cobertura e levando ao leitor um trabalho diferenciado, com séries e grandes reportagens. Implantar o novo *site*, com *layout* mais moderno, que privilegia mais a imagem, sem desprezar a informação. Além disso, deve diversificar o conteúdo com uma área específica para especiais e material infográfico e também uma área exclusiva para conteúdo de pesquisa e inovação, inclusive com artigos científicos.

Por fim, deve ampliar as parcerias internacionais, com agências de notícias públicas, fortalecendo a interlocução na América Latina, e aumentar sua cobertura regional, utilizando-se, para isso, do trabalho das praças.

DIRETRIZ 18

A Radioagência Nacional deve integrar-se à estratégia da Plataforma Agências da EBC, fortalecendo seu papel de agência de conteúdo radiofônico, ao mesmo tempo em que impulsiona o novo canal de distribuição de conteúdo da Empresa.

Além disso, deve estreitar a relação com seu público, ampliar as parcerias institucionais, buscar formas de captação de recursos, abrir espaço para a publicação de produções independentes e regionais, diversificar o perfil de conteúdos e ampliar a oferta de programetes radiofônicos.

Tema 10: Questões não relacionadas a conteúdo

DIRETRIZ 19

Ampliar o investimento em tecnologia e infraestrutura de TI.

DIRETRIZ 20

Acompanhar e atuar nas decisões do novo cenário do rádio brasileiro em relação às novas tecnologias, principalmente os assuntos relativos ao rádio digital.

EMPRESA BRASIL DE COMUNICAÇÃO

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Márcio de Freitas Gomes (Presidente do Conselho)
Marcus Vinícius Sinval
André Reis Diniz
Raphael Callou Neves Barros
Laerte de Lima Rimoli
Edvaldo Cuaio

*Secretaria de Comunicação Social/Casa Civil/PR
Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações - MCTIC
Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão- MPOG
Ministério da Educação - MEC
Diretor-Presidente da EBC
Representante Empregados da EBC*

CONSELHO FISCAL

Duilio Malfatti Junior
Éder Souza Vogado
Mila rocha

*Secretaria de Comunicação Social/Casa Civil/PR
Tesouro Nacional – Ministério da Fazenda
Secretaria de Comunicação Social/Casa Civil/PR*

DIRETORIA EXECUTIVA

Laerte de Lima Rimoli
Christiane Samarco
Lourival Antonio de Macedo
Cida Fontes
Luiz Antonio Ferreira
José de Arimatéia
Flávio Coutinho
Joseti Marques Xisto

*Diretor-Presidente
Diretora-Geral
Diretor de Jornalismo
Diretora de Produção e Conteúdo
Diretor de Administração, Finanças e Pessoas
Diretoria de Operações, Engenharia e Tecnologia
Secretário Executivo
Ouvidora em exercício*

COORDENAÇÃO GERAL DO PLANO DE TRABALHO

Flávio Coutinho
Cleide Tavares
Marisa Santos
Poliana Gomes

PROJETOS

Eurico Tavares, Roberta Dante, Igor Melo, Jadislan Aguiar, Joao Rodrigo, Jane Nascimento, Eliana Cariello, Luiz Recena, Nilson da Silva, Klaus D. Ferreira, Marcio Kazuaki, Elaine Alcantara, Francisco Lima, Mariângela Costa, Greicy Kelly, Simone F. Alcantara, Denise Pires, Guilherme Araujo, Clarice Coutinho, Tiago Martins, Ana Santos, Liloye Boubli, Ebenezer, Meirielen Vieira, Antonio M. da Cunha Junior, Neumar Mota, Flávio Teixeira, Francisco de Assis Filho, Irluiz Pesanha, Tania Lopes da Silva Pereira, Carlos Pereira, Achilles Pantazopoulos, Thiago Dieb, Wania Silva, Alexandre Júnior, Emerson Weirich, Adriano Adoryan, Joseti Cunha, Rogerio Rabelo, Rubem Rosa, Rosangela Ribeiro, Mario Oliveira, Welton Lima, Sirlei Batista, Luiz Fernando Fraga, Valter Lima, Deborah Alencar, Lourena Lopes, Aparecida Fonseca, Eliana Silva, Maria Carnevale.

ORGANIZAÇÃO E EDIÇÃO DO CONTEÚDO

Carlos Assis
Edna Campos
Júlio Lacerda
Renata Revoredo
Suzane Oliveira

CAPA

Caio Cestari

PROJETO GRÁFICO, DIAGRAMAÇÃO E EDITORAÇÃO

Suzane Oliveira

REVISÃO DE TEXTO

Moema Ungarelli Gonzaga