

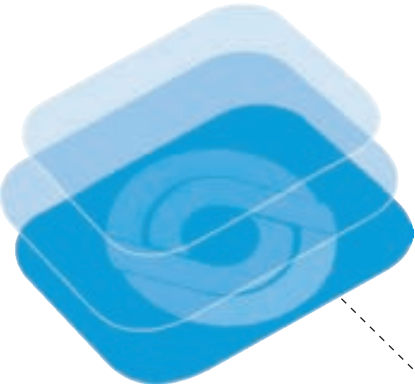
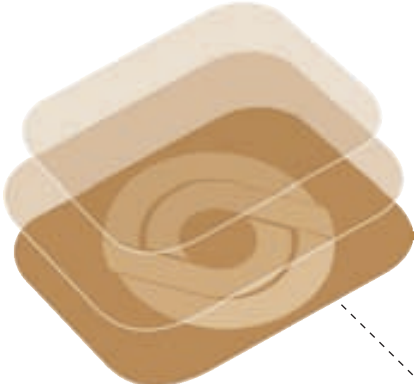
Relatório de Responsabilidade Social Corporativa 2005

Corporate Social Responsibility Report 2005



Sumário

Table of Content

	Visão Geral <i>Overview</i>	5
	Público Interno <i>Employees</i>	7
	Clientes <i>Customers</i>	17
	Fornecedores <i>Suppliers</i>	24
	Governo e Sociedade <i>Government and Society</i>	24
	Meio Ambiente <i>Environment</i>	27
	Produto Socialmente Responsável <i>Social Responsible Product</i>	29
	Comunidade <i>Community</i>	41
		»»
	Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho <i>Maurício Sirotsky Sobrinho Foundation</i>	55
		»»

Mensagem da Administração

Message from the Administration

A RBS desfraldou duas bandeiras sociais de grande visibilidade em 2005 e promoveu inúmeras outras ações destinadas a dar significado prático a três valores fundamentais de seu ideário: Responsabilidade empresarial, Compromisso social e comunitário e Desenvolvimento pessoal e profissional.

A campanha "Educar é tudo" foi a nossa bandeira corporativa de maior visibilidade. Nela investimos mais de R\$ 9 milhões em mídia doada, com 11 mil inserções nas nossas emissoras de TV, 41 mil inserções na rede de rádios e 171 anúncios de jornal, além de ampla cobertura editorial para temas relacionados à educação. Nosso propósito – plenamente alcançado – foi promover um debate no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina sobre a necessidade de participação de toda a sociedade no processo educacional.

A outra bandeira importante do ano já começou a salvar vidas. Diante do crescimento do número de acidentes na BR-101, a RBS deflagrou nova campanha editorial e publicitária centrada na rodovia, agora com o propósito de concluir sua duplicação. A mobilização resultou na liberação de recursos por parte do governo federal para as obras do trecho entre Palhoça (SC) e Torres (RS).

No ano em que a Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho, com apoio do Instituto Nestor de Paula e da Fundação AVINA, lançou o Portal Social, uma idéia inovadora para aproximar projetos sociais de investidores, a RBS também reforçou seus laços com as comunidades onde atua. Promovemos projetos culturais e consolidamos iniciativas como Fato Literário, Histórias Curtas e o Salão Jovem Artista.

Internamente, mantivemos e ampliamos o nosso Programa de Participação nos Resultados, que beneficiou 82,70% dos nossos 4.761 colaboradores com ganhos adicionais. Este relatório sintetiza investimentos de mais de R\$ 100 milhões entre doações de mídia e recursos financeiros para o Público Interno, Consumidores, Comunidade e Meio Ambiente.

«

RBS unveiled two social projects that attained great visibility in 2005, and promoted a number of additional actions destined to give practical significance to three fundamental values of its set of ideas: Entrepreneurial Responsibility, Social and Communitarian Commitment, and Personal and Professional Development.

The campaign "Educating is everything" was the most visible corporate project. We invested more than R\$ 9 million in donated media, comprising 11 thousand insertions in our TV stations, 41 thousand insertions in the radio network, and 171 newspaper ads, in addition to thorough editorial coverage for themes related to education. Our purpose – totally accomplished – was to promote a debate in the states of Rio Grande do Sul and Santa Catarina about the need for the whole society to participate in the educational process.

The other major project of the year has already started to save lives. In face of the growing number of accidents occurring on BR 101 highway, RBS set in motion a new editorial and advertising campaign focused on the road issues, now with the goal to have its duplication finished. The mobilization has resulted in the granting of financial resources on the part of the Federal Government for the construction of the road segment between Palhoça (SC) and Torres (RS).

In the very year Mauricio Sirotsky Sobrinho Foundation, with the support of Instituto Nestor de Paula and AVINA Foundation launched the Portal Social, an innovative idea aimed at drawing social projects and investors close to each other, RBS also reinforced its bonds with the communities it serves. We promoted cultural projects and consolidated initiatives such as Literary Fact, Short Stories, and the Young Artist Salon.

Internally, we kept and broadened our Profit Sharing Plan which benefited 82.70% of our 4,761 employees with additional earnings. This report summarizes investments of over R\$ 100 million among media donations and financial resources for the In-company Workers, Consumers, Community and the Environment.



Nelson Sirotsky

Diretor-presidente
President and Publisher



Jayme Sirotsky

Presidente do Conselho de Administração
Chairman of the Board





Visão Geral

Overview

O compromisso da RBS com a responsabilidade social e com seus diferentes públicos está presente, sob a forma de números, no balanço consolidado de sustentabilidade em 2005. O total de investimentos em Público Interno, Consumidores, Comunidade e Meio Ambiente supera os R\$ 100 milhões. Esse montante corresponde a **12,45%** da receita líquida.

« *RBS' commitment to social responsibility and to its distinct audiences is present by means of the figures on its sustainability consolidated balance in 2005. The total of investments on staff, consumers, community, and environment is over R\$ 100 million. This sum corresponds to 12.45% of its net revenue.*

R\$ 58.567.033



foram aplicados pela RBS em ações para o público interno.

R\$ 58.567.033 were allocated by RBS on actions towards its employees.

R\$ 46.334.116



foram destinados a ações para consumidores*, comunidade* e meio ambiente.

** Em mídia, descontos e recursos financeiros*

R\$ 46.334.116 were destined to actions towards consumers, community* and environment.*

** In donations and discounts on media, and financial resources*

R\$ 104.901.149



é o total dos investimentos realizados em 2005.

R\$ 104.901.149 is the total amount of investments made in 2005.

Consolidado de Sustentabilidade da RBS Comunicações, Empresas Controladas e Associadas¹

RBS Comunicações', Controlled and Affiliated Companies – Sustainability Consolidated Statements¹

		2005		2004		2003	
		R\$	% s/RL	R\$	% s/RL	R\$	% s/RL
RECEITA LÍQUIDA ²	NET REVENUE ²	842.607.000	100,00%	798.618.000	100,00%	643.894.000	100,00%
FOLHA DE PAGAMENTO BRUTA (incluindo encargos sociais)	GROSS PAYROLL (social charges included)	163.481.554	19,40%	152.206.603	19,06%	148.202.014	23,02%
TRIBUTOS (excluídos encargos sociais)	TAXES AND CONTRIBUTIONS (social charges excluded)	79.464.699	9,43%	59.241.387	7,42%	52.295.776	8,12%
A) PÚBLICO INTERNO		A) STAFF					
Alimentação	Food	7.314.976	0,87%	6.484.279	0,81%	6.714.331	1,04%
Capacitação, Desenvolvimento Profissional e Educação	Training, Professional Development and Education	1.753.664	0,21%	1.441.874	0,18%	1.523.947	0,24%
Creches ou Auxílio-Creche	Day Care Centers and Child Care Grant	344.822	0,04%	333.166	0,04%	245.000	0,04%
Cultura, Esporte e Lazer	Culture, Sports and Recreation	101.200	0,01%	140.180	0,02%	163.936	0,03%
Participação nos resultados	Profit Sharing	30.559.294	3,63%	32.428.478	4,06%	18.401.442	2,86%
Previdência Privada	Private Pension	4.952.188	0,59%	4.795.232	0,60%	4.060.340	0,63%
Saúde	Health care	7.123.508	0,85%	6.380.918	0,80%	6.963.353	1,08%
Segurança e Medicina do Trabalho	Occupational Health and Safety	235.937	0,03%	320.026	0,04%	396.507	0,06%
Transporte	Transport	4.853.399	0,58%	4.582.307	0,57%	3.996.555	0,62%
Seguro de Vida	Life Insurance	517.207	0,06%	508.286	0,06%	508.711	0,08%
Outros	Others / miscellaneous	1.039.688	0,12%	759.261	0,10%	291.993	0,05%
Subtotal	Subtotal	58.795.883	6,98%	58.174.008	7,28%	43.266.117	6,72%
B) CONSUMIDORES		B) CONSUMERS					
Recursos mobilizados pelo programa Clube do Assinante	Resources mobilized by the Subscriber's Loyalty Program Club	4.423.715	0,53%	2.359.771	0,30%	1.978.000	0,31%
Subtotal	Subtotal	4.423.715	0,53%	2.359.771	0,30%	1.978.000	0,31%
C) COMUNIDADE		C) COMMUNITY contribution					
Total doado em educação	Total donated to education	11.141.316	1,32%	2.570.527	0,32%	1.411.459	0,22%
Total doado em assistência social	Total donated to social assistance	8.506.338	1,01%	8.523.827	1,07%	7.012.250	1,09%
Total doado em saúde	Total donated to health care	2.371.390	0,28%	5.186.709	0,65%	6.310.561	0,98%
Total doado em segurança	Total donated to security	613.838	0,07%	8.730.523	1,09%	14.916.382	2,32%
Total doado em cultura, esporte e lazer	Total donated to recreation	14.043.678	1,67%	15.337.117	1,92%	7.983.706	1,24%
Total doado em meio ambiente	Total donated to environmental protection	359.625	0,04%	576.032	0,07%	1.211.721	0,19%
Total doado em desenvolvimento econômico e regional	Total donated to regional and economic development	3.671.909	0,44%	1.885.212	0,24%	1.593.255	0,25%
Total doado em outros	Total miscellaneous	1.161.259	0,14%	2.707.143	0,34%	737.005	0,11%
Subtotal ³	Subtotal ³	41.869.353	4,97%	45.517.090	5,70%	41.176.339	6,39%
D) GOVERNO E SOCIEDADE		D) GOVERNMENT and private enterprises					
Ações em parceria com o poder público	Partnership activities between private enterprises and government	1.315.642	0,16%	3.422.463	0,43%	828.041	0,13%
Subtotal ⁴	Subtotal ⁴	1.315.642	0,16%	3.422.463	0,43%	828.041	0,13%
E) MEIO AMBIENTE		E) ENVIRONMENT					
Recursos aplicados na RBS em programas ou ações de meio ambiente	Resources invested by RBS to environmental protection	41.048	0,00%	39.743	0,00%	24.669	0,00%
Subtotal	Subtotal	41.048	0,00%	39.743	0,00%	24.669	0,00%
TOTAL GERAL (A+B+C+E)	TOTAL (A+B+C+E)	105.129.999	12,48%	106.090.612	13,28%	86.445.125	13,38%

1) Modelo baseado nas propostas de balanço social do IBASE e Instituto Ethos de Responsabilidade Social – 2) Receita das empresas de mídia nos mercados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina

3) Em mídia e em recursos financeiros – 4) Este recurso já foi distribuído no item "Comunidade", por isso não é somado no Consolidado

1) Model based on the proposed social balance of IBASE and Instituto Ethos de Responsabilidade Social – a social responsibility institute – 2) Media Companies' revenue in Rio Grande do Sul and Santa Catarina markets
3) In media donations and in financial resources – 4) This resource has already been distributed in the item 'Community'; therefore it is not added to the Consolidated statement

Público Interno

Employees



A RBS terminou o ano de 2005 com um total de **4.761** colaboradores, quadro que tem se mantido estável ao longo dos últimos anos. O total representa um universo bem diversificado e para o qual inúmeras ações são desenvolvidas. Todas essas ações são freqüentemente reavaliadas e, se necessário, reformuladas a fim de atender às demandas da empresa e também de um mercado sempre exigente e competitivo.

Entre as ações, evidencia-se o Programa de Participação nos Resultados (PPR), implantado na RBS há mais de 10 anos. Com o passar do tempo, suas regras foram constantemente avaliadas e aprimoradas. Em 2003, por exemplo, o potencial de ganho dos colaboradores aumentou de dois para três salários, buscando compartilhar ainda mais os resultados conquistados. Em 2005, **82,70%** dos funcionários foram beneficiados com o programa.

«

By the end of 2005, RBS counted on a total of 4,761 employees. This headcount has been stable over the last years. The total represents a highly diversified universe to which countless actions are devised. All these actions are frequently re-assessed and, whenever necessary, reformulated in order to meet, not only the company's demands, but also those of a market increasingly demanding and competitive.

Among these actions, the Profit Sharing Program, implemented at RBS for over 10 years and denominated by the company as PPR, comes in first place once it has been implemented at RBS for over 10 years. Along all these years, its regulations have been constantly evaluated and enhanced. In 2003, for instance, the potential gain of its employees increased from two to three salaries, seeking to share even more the attained results. In 2005, 82.70% of the employees were benefited by the program.



Perfil dos Colaboradores

Employees' Profile

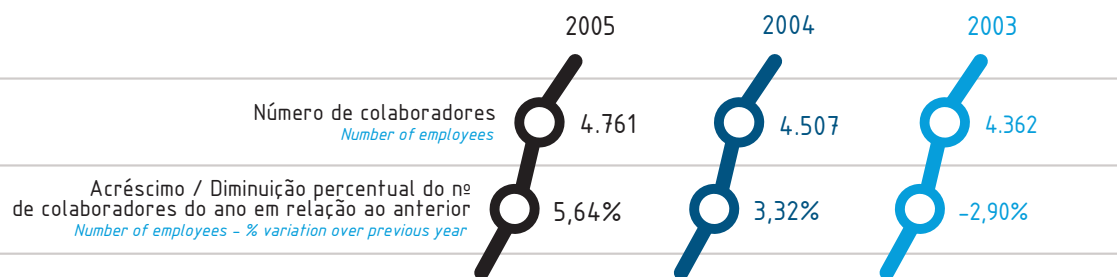
A grande maioria dos colaboradores da RBS, cerca de 60%, está na faixa etária dos 20 aos 34 anos. É interessante observar, por outro lado, que a participação de funcionários com mais de 45 anos de idade tem se mantido estável nos últimos anos, correspondendo a 13,80% em 2005. Também se observa que a presença das mulheres no quadro funcional da empresa vem crescendo gradativamente e já chega a cerca de 40%.

«

The great majority of RBS' employees, nearly 60%, are in the age range 20 to 34 years old. It's worth noticing that employees' participation who are over 45 years old has been stable over the last years, corresponding to 13.80% in 2005. It has been also observed that the number of women in the company's staff has been growing gradually, corresponding now to about 40%.

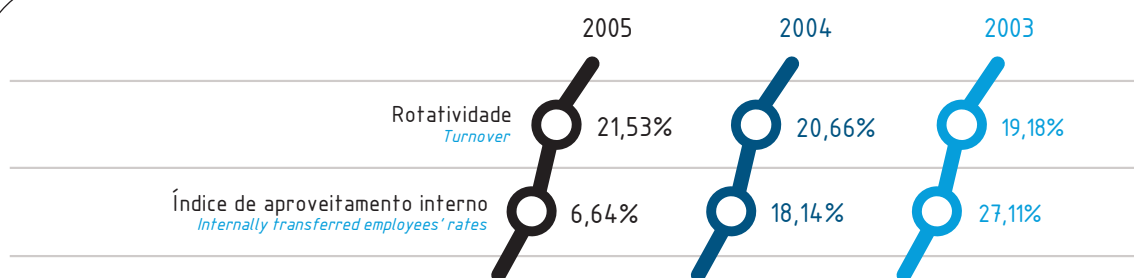
Número de funcionários

Number of employees



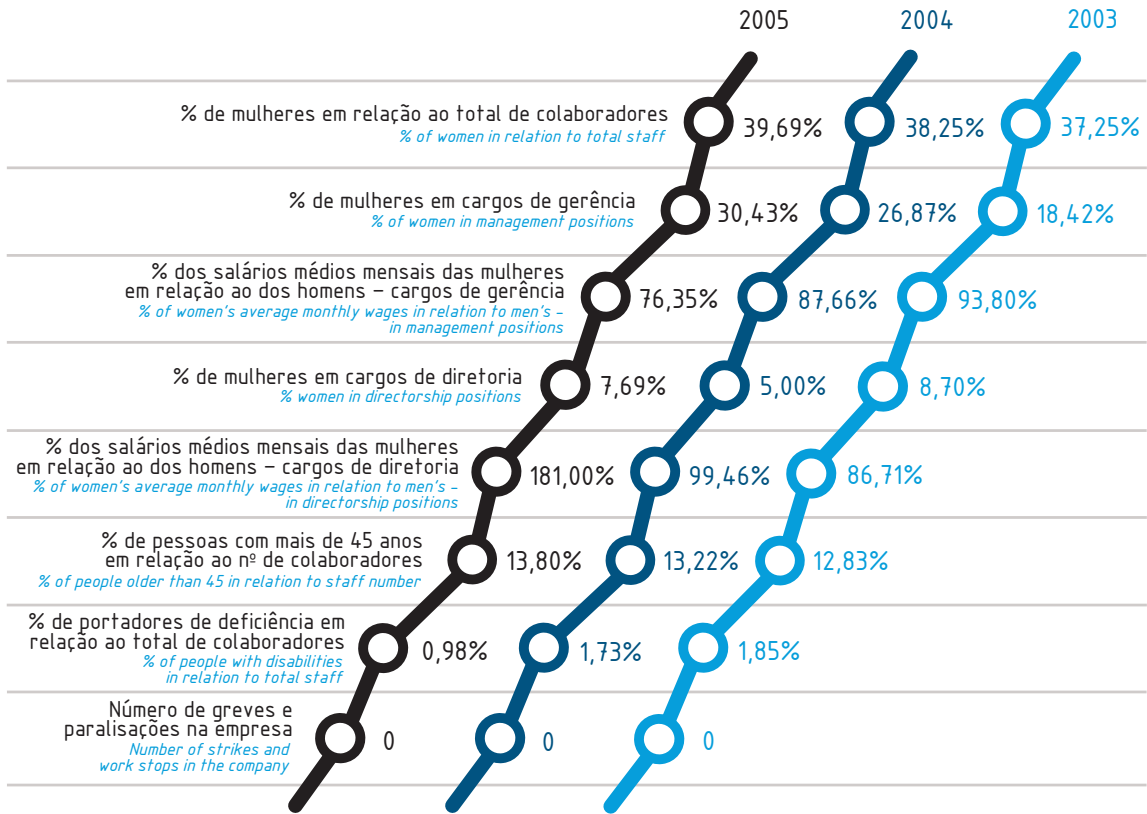
Rotatividade

Turnover



Diversidade no Ambiente de Trabalho

Diversity in Work Environment



Faixa Etária

Age Range

2005

● Nº de colaboradores até 19 anos <i>Number of employees up to age 19</i>	119	2,50%
● Nº de colaboradores de 20 a 25 anos <i>Number of employees from 20 to 25 years old</i>	994	20,88%
● Nº de colaboradores de 26 a 29 anos <i>Number of employees from 26 to 29 years old</i>	913	19,18%
● Nº de colaboradores de 30 a 34 anos <i>Number of employees from 30 to 34 years old</i>	921	19,34%
● Nº de colaboradores de 35 a 39 anos <i>Number of employees from 35 to 39 years old</i>	594	12,48%
● Nº de colaboradores de 40 a 44 anos <i>Number of employees from 40 to 44 years old</i>	563	11,83%
● Nº de colaboradores de 45 a 49 anos <i>Number of employees from 45 to 49 years old</i>	347	7,29%
● Nº de colaboradores de 50 a 54 anos <i>Number of employees from 50 to 54 years old</i>	161	3,38%
● Nº de colaboradores de 55 a 59 anos <i>Number of employees from 55 to 59 years old</i>	94	1,97%
● Nº de colaboradores com mais de 60 anos <i>Number of employees aged over 60</i>	55	1,16%

Grau de Instrução

Education Level

2005

● Nº de colaboradores até 4ª série completa <i>Number of employees up to the 4th grade</i>	40	0,84%
● Nº de colaboradores de 5ª a 8ª série <i>Number of employees from 5th to 8th grades</i>	238	5,0%
● Nº de colaboradores com 2º grau incompleto <i>Number of employees with incomplete high school</i>	410	8,62%
● Nº de colaboradores com 2º grau completo <i>Number of employees with high school diploma</i>	1.649	34,63%
● Nº de colaboradores com ensino superior incompleto <i>Number of employees with incomplete university</i>	1.137	23,88%
● Nº de colaboradores com ensino superior completo <i>Number of employees with university degree</i>	1.287	27,03%

Tempo de Casa

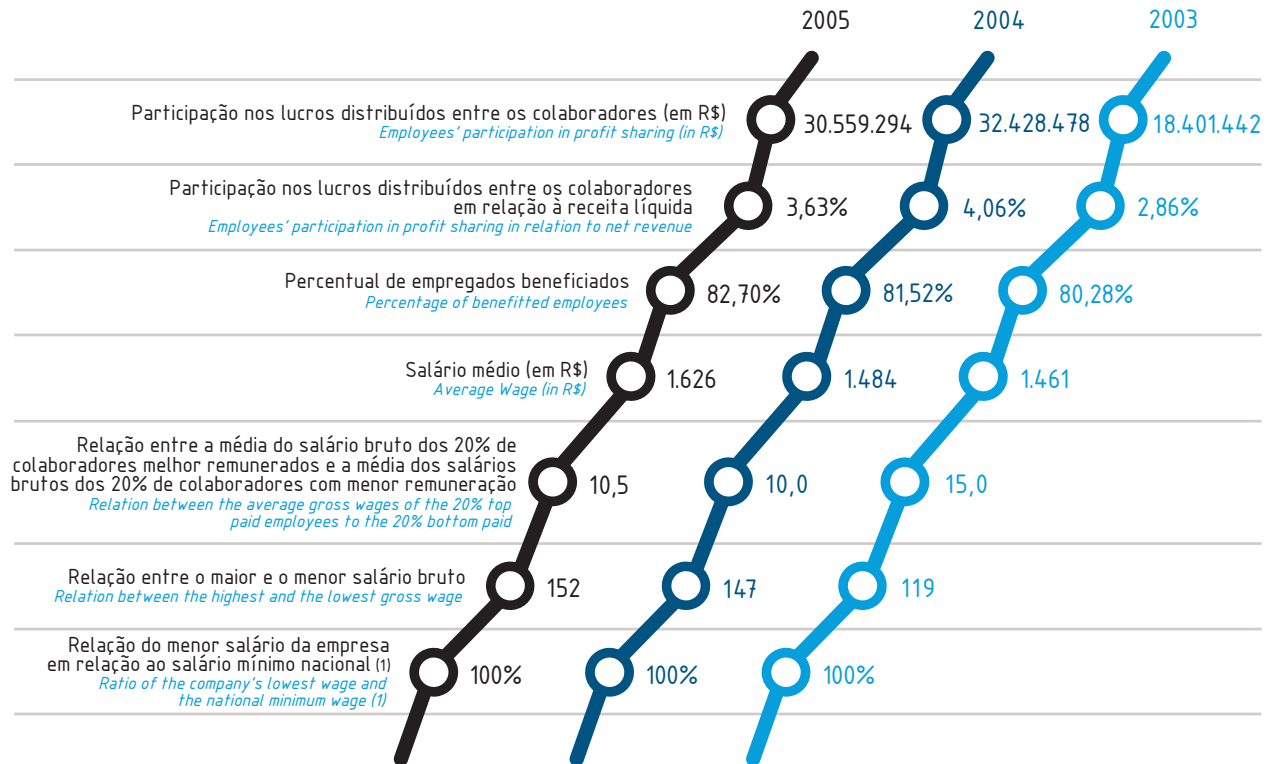
Employment Time

2005

● Nº de colaboradores com menos de 1 ano na empresa <i>Number of employees with less than 1 year in the company</i>	1.028	21,59%
● Nº de colaboradores de 1 a 5 anos na empresa <i>Number of employees from 1 to 5 years in the company</i>	2.030	42,64%
● Nº de colaboradores de 6 a 10 anos na empresa <i>Number of employees from 6 to 10 years in the company</i>	858	18,02%
● Nº de colaboradores de 11 a 20 anos na empresa <i>Number of employees from 11 to 20 years in the company</i>	640	13,44%
● Nº de colaboradores há mais de 20 anos na empresa <i>Number of employees with more than 20 years in the company</i>	205	4,31%

Remuneração e Bonificação

Remuneration and Bonuses



(1) considerando-se uma jornada de trabalho de 40 horas semanais.
(1) considering a 40-hour-week work load.

Remuneração Média dos Colaboradores

Average Wage of Employees

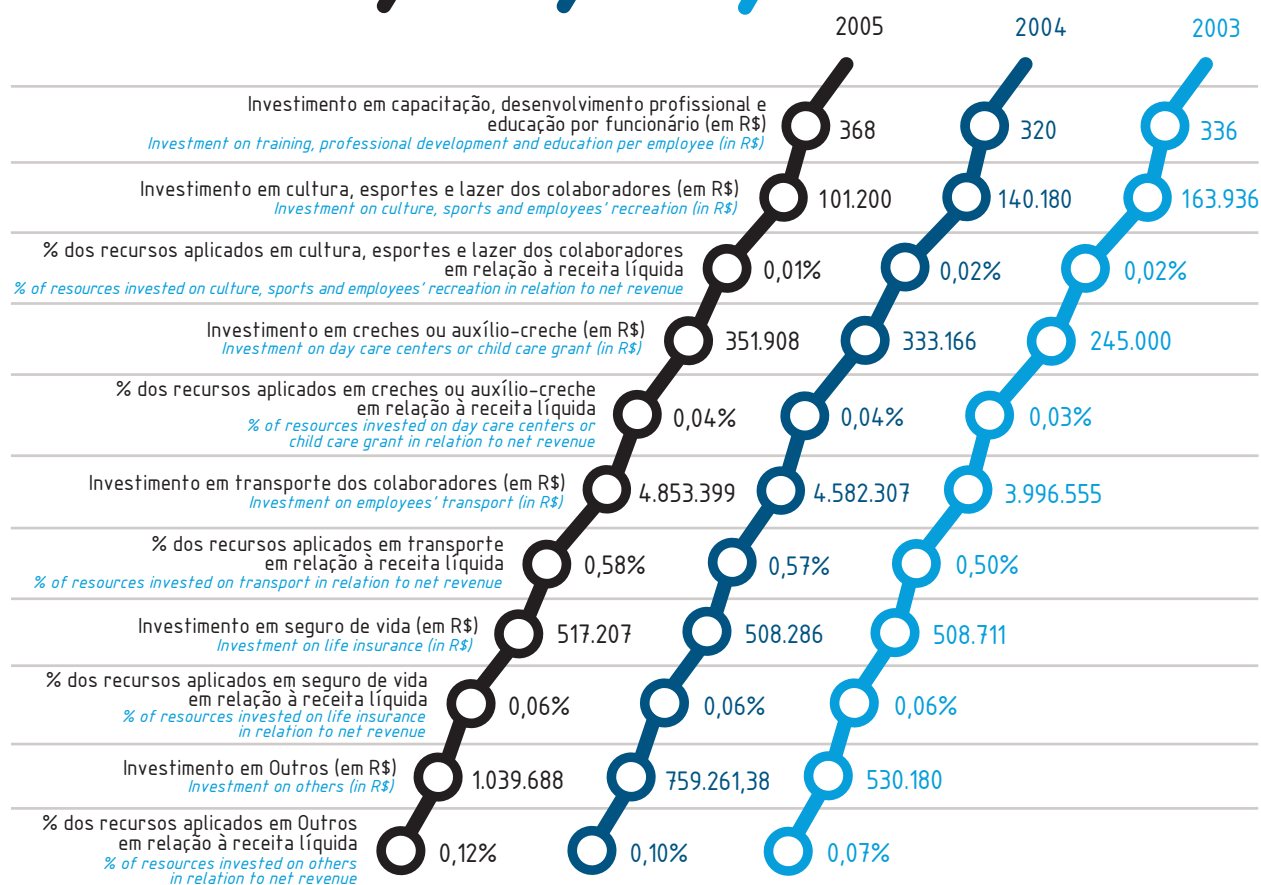
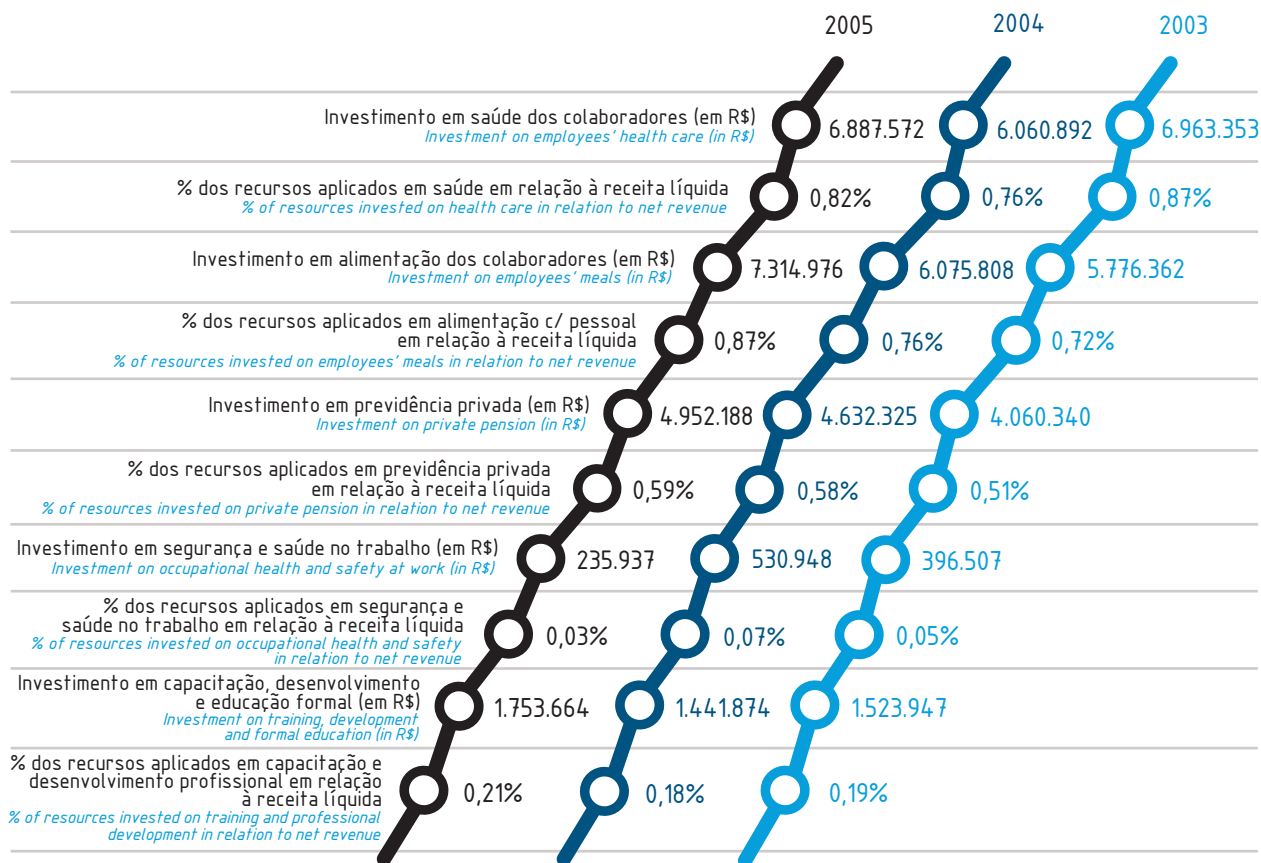
2005

● Nº de salários abaixo de 1 salário mínimo (1) <i>Number of wages under 1 minimum wage (1)</i>	274	5,76%
● Nº de salários entre 1 e 2 salários mínimos <i>Number of wages under 1 and 2 minimum wages</i>	869	18,25%
● Nº de salários entre 2 e 3 salários mínimos <i>Number of wages between 2 and 3 minimum wages</i>	916	19,24%
● Nº de salários entre 3 e 5 salários mínimos <i>Number of wages between 3 and 5 minimum wages</i>	1.065	22,37%
● Nº de salários entre 5 e 10 salários mínimos <i>Number of wages between 5 and 10 minimum wages</i>	1.039	21,82%
● Nº de salários entre 10 e 20 salários mínimos <i>Number of wages between 10 and 20 minimum wages</i>	427	8,97%
● Nº de salários acima de 20 salários mínimos <i>Number of wages above 20 minimum wages</i>	171	3,59%

(1) funcionários que trabalham em jornada inferior a 40 horas semanais.
(1) employees who work less than 40 hours per week.

Investimento nos Funcionários

Investment on Employees



Desenvolvimento e Educação

A RBS conta com um programa corporativo de Desenvolvimento e Educação, estruturado de forma que possibilite o aperfeiçoamento profissional e garanta a manutenção das vantagens competitivas e empresariais. Está direcionado para a capacidade de gestão, de produção de conteúdo, de operação em rede ou multimídia e de conhecimento do negócio da empresa.

Development and Education «

RBS counts on a corporative development and education program which has been devised to enable professional improvement and guarantee the maintenance of competitive and entrepreneurial advantages. It's directed to develop management and content production capabilities, network and multimedia operation skills and knowledge of the business itself.

RBS Prev

O programa de previdência privada da RBS estimula e possibilita que o colaborador planeje a sua aposentadoria. Ao montante depositado mensalmente pelo funcionário, a empresa contribui com valor de acordo com os limites regulamentados pela legislação previdenciária. Em 2005, foram investidos cerca de R\$ 5 milhões nessa área.

RBS Prev «

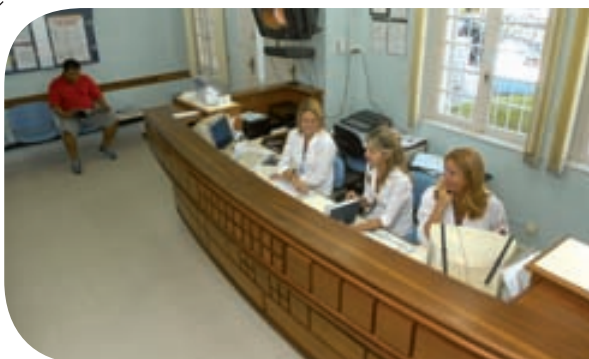
RBS' private pension program motivates and make it possible for the employee to plan his or her retirement pension. To the sum deposited by the employee on a monthly basis, the company contributes with an amount, in compliance with the limits regulated by the retirement pension legislation. In 2005, about R\$ 5 million were invested in this area.

Saúde

Além de oferecer a Central de Atendimento aos Funcionários (CAF) e planos de saúde, o chamado Sistema Inteligente foi desenvolvido na RBS como uma nova alternativa de atendimento médico aos beneficiários da CAF. O objetivo é oferecer aos usuários da CAF um sistema de alta qualidade técnica a custo zero, ou seja, sem custos para o colaborador.

Health Care «

Besides offering employees a Health Care Center, named CAF, and health plans, the company developed an intelligent system aiming at providing its users with a high-quality service at no cost to the employee.



Endomarketing

Diferentes ações são realizadas ao longo do ano a fim de valorizar os colaboradores da RBS. Algumas delas já se tornaram eventos tradicionais no calendário da empresa.

- Dia da Família: busca a integração dos familiares dos colaboradores aproximando-os do ambiente de trabalho, com visitas às instalações da empresa, brincadeiras para crianças e entrega de um kit presente aos filhos de funcionários com até 16 anos de idade.
- Jubilados: cerimônia que homenageia os funcionários pelo tempo de dedicação à empresa. São colaboradores com 10, 15, 20, 25, 30 anos de casa.
- Natal dos Funcionários: caracterizado pela entrega de um presente para a ceia de Natal a todos os colaboradores da empresa.

Endomarketing «

Different actions are carried out along the year in order to praise RBS' employees. Some of these actions have already become traditional events on the company's calendar of events.

- *Family Day: seeks employees' family members' integration, experiencing the working environment through visits to the premises of company; playful activities and gift kits are made available to employees' children up to age 16.*
- *Jubilees: this ceremony is an homage to employees for the time they have dedicated to the company. The Jubilees Ceremony celebrates employees with 10, 15, 20, 25, 30 years of employment.*
- *Employees' Christmas: a gift to be enjoyed by the employees at Christmas' eve.*



Comunicação Interna

Instrumentos de comunicação foram desenvolvidos na RBS a fim de atingir o público interno de maneira eficaz e atraente. Cada um deles tem o seu objetivo específico:

- Carta do Presidente – é distribuída mensalmente aos colaboradores da RBS, juntamente com o contracheque, abordando assunto de interesse de toda a organização.
- Flash Vagas – divulga as vagas existentes na empresa a fim de priorizar os candidatos internos nos processos seletivos.
- Flash Sucesso – destaca os colaboradores que receberam promoções dentro da estrutura organizacional da empresa.
- Janela RBS – murais com informações constantemente atualizadas são distribuídos em diferentes locais das unidades da RBS a fim de facilitar a comunicação interna.
- Minha RBS – guia disponibilizado na intranet apresenta uma série de informações necessárias no dia-a-dia da empresa, como ramais telefônicos e auxílio à lista telefônica. Também traz o Guia de Ética e Responsabilidade Social da RBS e o das Eleições.
- RBS Flash – divulga aos colaboradores informações relevantes sobre a RBS.

Internal Communication

Effective communication tools were set at RBS, aiming to reach its internal public in an attractive and efficient way. Each tool has its own specific objective:

- *Letter from the President – distributed monthly to all RBS' employees, enclosed in their pay slip; it addresses matters of interest to the entire organization.*
- *Flash Vagas – communicates and advertises job openings available in the company, so that in-house candidates can be prioritized in the selecting and recruiting processes.*
- *Flash Sucesso – communicates and highlights the employees who have been promoted in the organizational structure of the enterprise.*
- *Janela RBS – bulletin boards display information that is constantly updated; they are distributed strategically in different locations inside RBS units in order to make the internal communication easy.*
- *Minha RBS – a company guide made available through the company's intranet; it presents some useful information necessary to the enterprise in its day by day, such as extension numbers and a directory help service; it also brings RBS' Code of Ethics and the Guides of Social Responsibility and Elections.*
- *RBS Flash – communicates relevant information about RBS to its employees.*



ARBS

A Associação RBS de Serviços (ARBS) foi criada há 31 anos para contribuir com o bem-estar dos funcionários da empresa e de seus familiares. A entidade oferece benefícios e promove a integração entre seus associados por meio de diferentes atividades e eventos.

ARBS

The RBS Service Association (ARBS) was created 31 years ago to contribute to the well-being of the company's staff and their families. The association provides benefits and promotes the integration of its members by way of various activities and events.

Segurança e Medicina do Trabalho

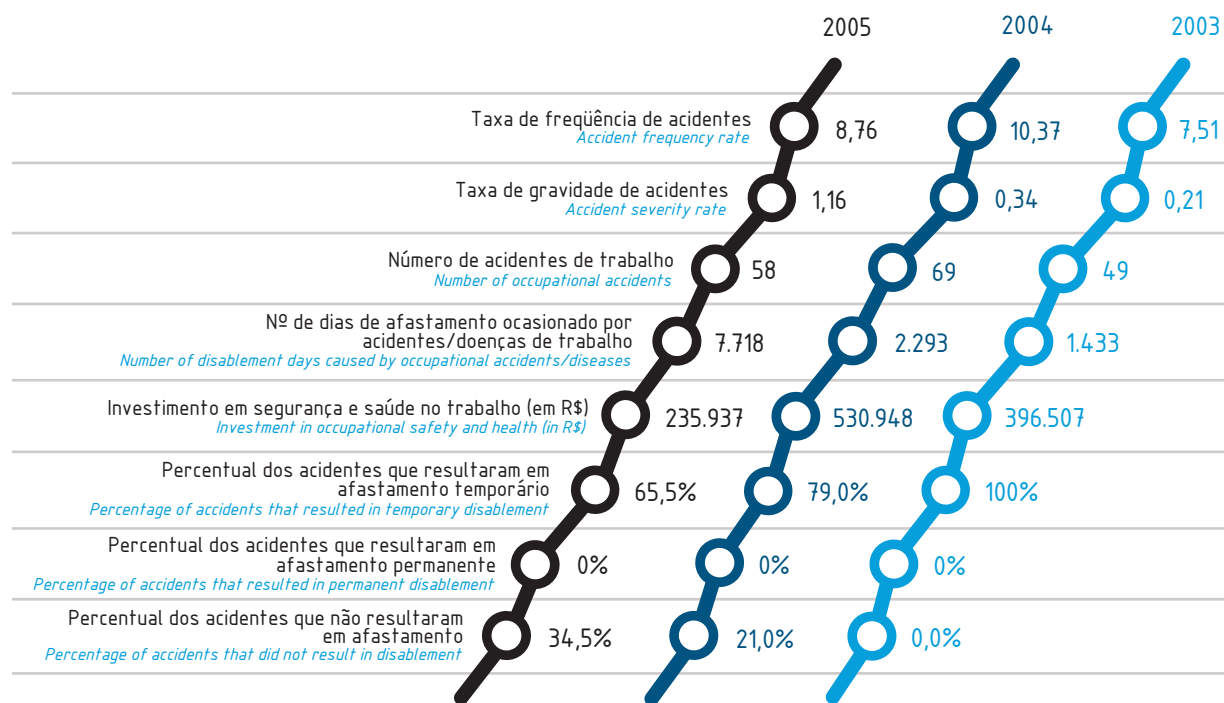
De acordo com os parâmetros adotados pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), os indicadores apresentados pela RBS no que se refere a Segurança e Medicina do Trabalho são considerados "muito bons". A empresa, por meio de seu Serviço Especializado em Segurança e Medicina do Trabalho (SESMT), busca esclarecer, conscientizar e prevenir acidentes. No final de 2005, foi elaborado um cronograma de treinamentos periódicos sobre prevenção de acidentes com o objetivo de conquistar indicadores ainda melhores.

O índice de frequência dos acidentes na RBS tem se mantido estável, com exceção de pequena variação registrada em 2004 devido ao aumento do número de acidentes. Já o índice de gravidade cresceu de modo considerável em 2005, se comparado com o ano anterior, por causa de um acidente com 6 mil dias debitados.

Occupational Health and Safety

According to the standards adopted by the International Labor Organization (ILO), the figures presented by RBS regarding Occupational Health and Safety are considered "very good". The company, through its Specialized Service in Occupational Health and Safety (SESMT) aims to clarify, promote awareness and prevent accidents. At the end of 2005, a program of periodic training sessions on accident prevention was developed with the objective of achieving even better figures.

The accident frequency rate at RBS has remained stable, with the exception of a slight variation registered in 2004 due to an increase in the number of accidents. There was an increase in the severity rate in 2005 in comparison with the previous year due to an accident that caused a severe disablement according to local legislation.



Outros *Others*

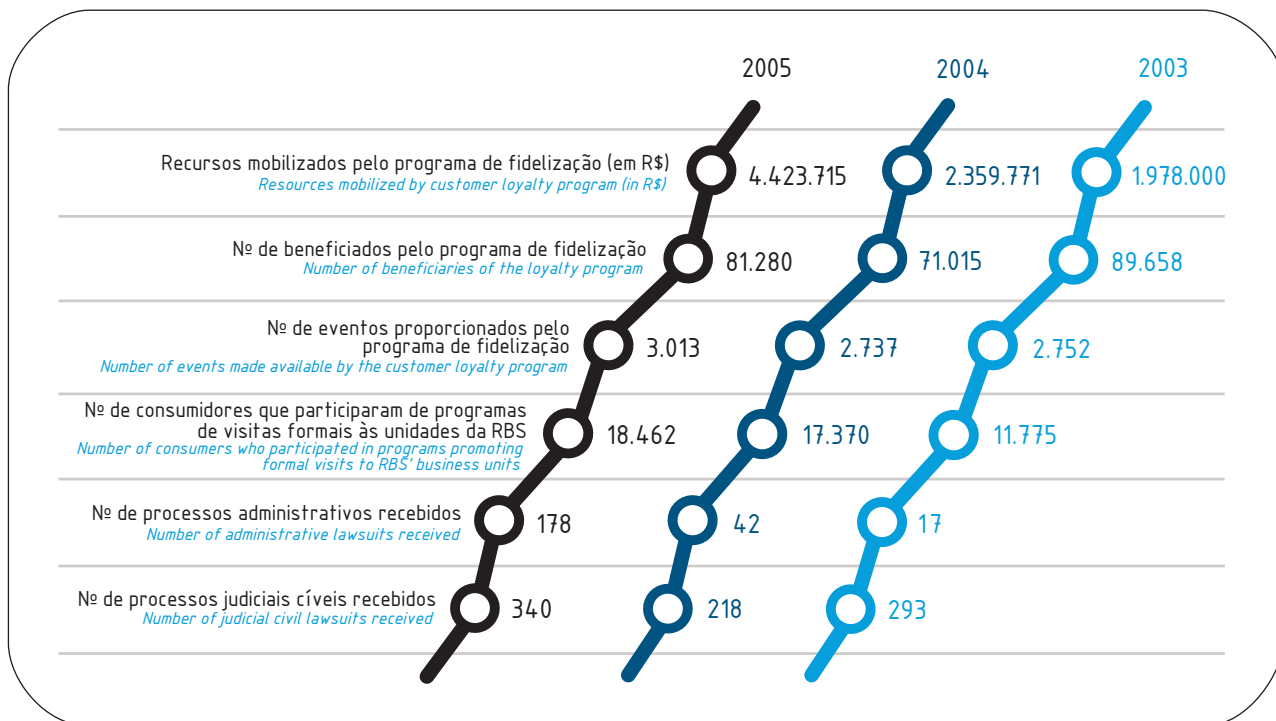


Clientes

Customers

Diferentes programas são desenvolvidos pela RBS a fim de buscar maior proximidade com seus clientes. Neste sentido, a interatividade tem sido fundamental para conhecer as demandas deste público e conquistar a fidelização. O Clube do Assinante, as Centrais de Atendimento, o Salão de Propaganda e os Conselhos do Leitor, por exemplo, estão entre as diversas ações realizadas.

Different programs are developed by RBS, seeking a closer relationship with its clients. In doing so, interactivity has been fundamental to get to know its public's demands and conquer their loyalty. The Subscriber's Club, the Service Centers, the Advertising Week event, and the Reader's Council, for instance, are among the several actions performed by the company towards its clients.



Programas de Relacionamento com Anunciantes e Agências de Propaganda

Programs for better relationships with advertisers and advertising agencies

RBS Debates

Desde a sua primeira edição, realizada em 1988, o RBS Debates se tornou um fórum de discussão sobre temas, cases e tendências relacionados a publicidade, propaganda e comunicação. Nas 12 edições já realizadas, o evento foi direcionado a universitários e profissionais do mercado gaúcho de comunicação e marketing.

RBS Debates «

Ever since its first debate, held in 1988, the RBS Debates have become a forum for discussion on the themes, cases and trends related to advertising and communications. In the 12 previous editions, the event has been geared to university students and professionals from communications and marketing fields in the state of Rio Grande do Sul.



Maximídia

Na 15ª edição do Maximídia, ocorrida em São Paulo, a RBS, além de ser a patrocinadora oficial do Prêmio Maximídia 2005, participou do evento com um espaço onde apresentava ao público e a seus clientes todos os diferenciais em soluções multimídia oferecidas por seus veículos. O Maximídia busca promover maior proximidade das organizações e, dessa forma, contribuir para a obtenção de melhores resultados. O Prêmio Maximídia 2005 destacou os melhores trabalhos dos profissionais da publicidade e propaganda em âmbito nacional.

Maximedia «

At the 15th edition of the event, held in São Paulo, RBS was not only the official sponsor of the 2005 Maximedia Award but also had an active presence with its stand, displaying to its clients and general public the advantages of multimedia solutions that its vehicles can offer. Maximedia aims to promote greater cooperation among market players, and in so doing, it contributes to the attainment of better results.

2005 Maximedia Award recognizes the best work of advertising and media professionals on the national scenario.



Semana da Propaganda

O talento dos profissionais que atuam no mercado publicitário gaúcho é foco da Semana da Propaganda, que em 2005 realizou-se de 2 a 7 de dezembro, em Porto Alegre, e é promovida pela Associação Riograndense de Propaganda (ARP). A RBS marca sua presença no evento participando da Feira de Comunicação, montando um espaço onde os visitantes conhecem as diversas mídias da empresa, como jornais, programas ao vivo de rádio e programação das televisões.

Em 2005, a Rádio Farroupilha recebeu o prêmio de Veículo do Ano no 31º Salão da Propaganda, que encerra a Semana da Propaganda. Zero Hora conquistou o troféu Galo de Ouro por sua contribuição à propaganda nos últimos 30 anos.

Advertising Week

The outstanding talent of the advertising professionals of Rio Grande do Sul is the focus of the Advertising Week, which was held in 2005 from December 2nd to the 7th in Porto Alegre and was sponsored by Associação Riograndense de Propaganda (ARP) – the local advertising association. RBS marked its presence there with a stand in the Communications Fair. The stand allowed visitors to get to know the group's various media operations such as its newspapers, live radio shows and the programming of its television stations.

In 2005, Radio Farroupilha received the Vehicle of the Year Award at the 31st Salão da Propaganda event, which wrapped up Advertising Week. Zero Hora won the trophy – Galo de Ouro ("Golden Rooster") – for its contribution to advertising over the last 30 years.



Workshops com Agências

São encontros que funcionam como canal para a realização de novos e bons negócios para todos – veículos, agências e clientes. A intenção é compartilhar informações e necessidades, de maneira muito objetiva e produtiva, a fim de elaborar projetos voltados para responder a expectativas das agências e de seus clientes.

Workshops with Ad Agencies

These workshops are channels intended to foster new and good business for all – media, ad agencies and clients alike. The final objective is to share information as well as needs in a very objective and productive manner so as to create projects aimed at meeting the expectations of the ad agencies and their clients.

Portal da RBS

O portal da RBS, no endereço eletrônico www.rbs.com.br, apresenta informações institucionais da empresa e também de todos os seus veículos, produtos e posicionamentos. Também mostra dados dos mercados onde a RBS está presente, planos comerciais, projetos especiais e notícias sobre a rede.

RBS Portal

The electronic gateway to RBS, at web site www.rbs.com.br, presents institutional information about the company as well as all its media vehicles, products and market positioning. It presents data – including commercial plans, special projects and news about the network – of the markets where RBS operates.

Programas de Relacionamento e Fidelização

Relationship and brand loyalty programs

Clube do Assinante

O Clube do Assinante é um cartão de benefícios que permite aos assinantes dos jornais da RBS o acesso a espetáculos de teatro, dança, música, cinema e a inúmeros eventos de lazer com desconto. Em 2005, somente pelo jornal Zero Hora, foram concedidos descontos em 3.013 eventos e shows, correspondendo a R\$ 4,4 milhões. Foram beneficiados 81.280 assinantes do jornal.

The Subscriber's Club

The Subscriber's Club features a special card that entitles subscribers of RBS newspapers to purchase discount tickets for the theater, dance performances, concerts, movies and countless other entertainment events. In 2005, Zero Hora alone provided subscribers discounts to 3,013 events and shows, totaling R\$ 4.4 million. This year 81,280 newspaper subscribers benefited from the program.

Central de Serviços ao Assinante RBS Jornal

Diferentes serviços de suporte aos assinantes são disponibilizados na Central de Serviços, como transferência de endereço para entrega do jornal, acesso ao Cartão do Clube do Assinante, aquisição de produtos da RBS Publicações e suspensão temporária da assinatura, entre outros. A Central também realiza pesquisa diária com os assinantes (que telefonam por diferentes motivos) sobre o que chamou atenção na edição do dia. As opiniões coletadas são repassadas às redações dos jornais.

RBS Newspaper Subscriber Services Center

The various services offered to subscribers are available through the Services Center, like the transfer of address for newspaper delivery, access to the Subscriber's Club Card, purchase of RBS Publications' products, and temporary suspension of service, among others. The Services Center also carries out a daily survey with the subscribers (who phone for different reasons) about what attracted their attention in the paper that day. The opinions expressed in the survey are passed on to the newsrooms of the newspapers.

Central de Atendimento DC e JSC

Em 2005, os jornais da RBS em Santa Catarina, Diário Catarinense e Jornal de Santa Catarina, tiveram ampliada a sua central de serviços e também modernizados seus softwares para melhor atendimento de seus clientes. A redução no tempo de espera de atendimento pelo assinante foi um dos resultados alcançados.

Customer Services Center at DC and JSC newspapers

In 2005, the two newspapers of RBS in Santa Catarina, Diário Catarinense and Jornal de Santa Catarina, had their Services Center expanded and their software modernized in order to better serve their clients. A reduction in the service waiting time by a subscriber was one of the results reached by these changes.

Central de Atendimento ao Usuário dos portais

Em 2005, a Central de Atendimento ao Usuário dos portais clicRBS (www.clicrbs.com.br) e RBS.com (www.rbs.com.br) respondeu a 39.747 e 10.377 e-mails, respectivamente. Todas essas mensagens foram enviadas a partir do formulário "Fale Conosco" presente nos dois sites.

Customer Service Center for portals' users

In 2005, the Customer Service Center for users of clicRBS (www.clicrbs.com.br) and RBS.com (www.rbs.com.br) replied to 39,747 and 10,377 e-mails, respectively. All of the messages were sent using the "Fale Conosco" ("Talk to us") form available at both sites.

Espaço RBS

A história da empresa, sua missão e seus valores, seus veículos e suas atividades culturais e sociais são mostrados no Espaço RBS, que desde o dia 31 de março de 2005 é aberto a visitas do público externo. O local, em Porto Alegre, é uma exposição permanente multimídia que conta toda a trajetória da organização, desde 1957. Diversos objetos, como a primeira câmera filmadora usada pela RBS TV Porto Alegre na década de 60, estão em exposição. Mostras temporárias sobre campanhas ou projetos desenvolvidos pela RBS também são organizadas nesse espaço.

De abril a dezembro de 2005, foram recebidos 6.708 visitantes.

Espaço RBS ←

The history of the company, its mission and its values, its media vehicles and their cultural and social activities are on display at the Espaço RBS that has been open since March 31st 2005, and is open to visits by general public. This place, in Porto Alegre, is a permanent multimedia exhibition that tells and shows the enterprise's history, beginning in 1957. A variety of objects, such as the first film camera used by RBS TV Porto Alegre in the 60's, are displayed in the exposition. Temporary exhibits about campaigns or projects developed by RBS are also made available at Espaço RBS.

There were 6,708 visitors from April to December 2005.



Interatividade com o Consumidor

Consumer Interaction

Conselho do Leitor

O conteúdo editorial de cinco dos seis jornais da RBS (Zero Hora, Diário Catarinense, Diário de Santa Maria, Jornal de Santa Catarina e Diário Gaúcho) é mensalmente analisado pelo Conselho do Leitor, fórum de debate formado por um grupo de leitores de diferentes perfis e renovado anual ou semestralmente. Comentários, dúvidas, críticas e sugestões de pautas movimentam os encontros com os editores do jornal. Os bons resultados do programa fizeram com que em Zero Hora, por exemplo, os cadernos temáticos, como Casa&Cia, Empregos&Oportunidades, Vida e Gestão, também criassem seus conselhos. O objetivo é estabelecer um canal de comunicação objetivo e eficiente.

Readers' Council

The editorial content of five out of the six RBS newspapers (Zero Hora, Diário Catarinense, Diário de Santa Maria, Jornal de Santa Catarina e Diário Gaúcho) is analyzed monthly by the Readers' Council, which is a forum for debate made up of a group of readers with different backgrounds. The members are changed periodically during the year. Comments, doubts, criticisms and suggestions for stories enliven the meetings with the paper's editors. Because of the fine results that have come out of the program at Zero Hora, the thematic supplements, such as Casa&Cia, Empregos&Oportunidades, Vida e Gestão, have also set up readers' councils. The goal is to establish an objective and efficient channel of communication.



Pesquisa de Satisfação do Consumidor

O índice médio de satisfação dos assinantes dos jornais Zero Hora, Pioneiro, Diário de Santa Maria, Jornal de Santa Catarina e Diário Catarinense foi de 88,14% em 2005. Esse índice é medido por pesquisa anual realizada por empresa privada, especialista em pesquisa. São entrevistados clientes da base da carteira dos jornais.

Consumer Satisfaction Survey

The average rate of satisfaction of subscribers to Zero Hora, Pioneiro, Diário de Santa Maria, Jornal de Santa Catarina and Diário Catarinense was of 88.14% in 2005. That rate is measured by an annual survey carried out by a private company specialized in opinion polls. Customers who belong to newspapers' customer base are interviewed.

Cartas Publicadas pelos Jornais

As cartas de leitores publicadas nos jornais da RBS formam outro importante canal de comunicação da empresa com o seu público consumidor. Críticas, elogios e sugestões de reportagens e de prestação de serviços são apresentadas às redações dos jornais.

Letters published by the newspapers

The readers' letters published in the group's newspapers are another important channel of communication between the company and its consumer public. Criticism, praise and ideas for articles and new services are suggested to the newspaper newsrooms.

Pesquisas de programação da Rádio Atlântida

Na Rádio Atlântida FM, de Porto Alegre e de Florianópolis, os ouvintes discutem programação, eventos, sites e assuntos relacionados ao universo do segmento jovem. O veículo utiliza sistema telefônico e Internet em pesquisas sobre a programação.

Programming surveys done by Radio Atlântida «

On Radio Atlântida FM in Porto Alegre and Florianópolis, the listeners discuss programming, events, sites and matters related to the universe of young people. The radio uses telephone, SMS and Internet in the surveys.

Contatos com os Profissionais

Colunistas e jornalistas das diferentes editorias dos jornais da RBS têm seus nomes, mais telefones ou e-mails, publicados na respectiva página para facilitar a comunicação com o leitor. Da mesma forma, as reportagens assinadas recebem ao final o endereço eletrônico do autor. São eficientes ferramentas de comunicação entre os profissionais da empresa e seus leitores, possibilitando o recebimento de informações, sugestões, críticas e elogios. Especialmente através do portal clicRBS, os veículos de rádio e televisão também têm instrumentos de comunicação direta entre editores e equipe de atendimento com o seu público, como os exemplos abaixo:

- Canal Rural – acesso aos e-mails dos programas, apresentadores, editores e produtores pelo site www.canalrural.clicrbs.com.br e também pelo telefone (51) 3218-5111.
- Rádio Gaúcha AM – os ouvintes se comunicam por e-mail com os âncoras de diversos programas, como Gaúcha Hoje, Chamada Geral, Polêmica, Gaúcha Repórter, Show dos Esportes, Plantão Gaúcha, Galpão do Nativismo e Domingo Esporte Show, entre outros.
- RBS TV – o telespectador tem acesso aos e-mails dos programas, apresentadores, editores e produtores pelo site www.rbstv.clicrbs.com.br.
- TVCOM – o telespectador tem acesso aos e-mails dos programas, apresentadores, editores e produtores pelo site www.tvcom.clicrbs.com.br.

Contacts with professionals «

Columnists and journalists from different sections of RBS newspapers have their names, telephone numbers or e-mail published on the respective page to facilitate the communication with the reader. Likewise, signed reports receive the author's electronic address at the end of the piece. They are efficient tools for communication between the company's professionals and their readers, and for getting information, suggestions, criticism and praise.

Especially through the portal clicRBS, radio and television also have means of direct communication between editors and service staff with their public:

- *Canal Rural – access to e-mails, programs, presenters, editors, and producers through the site and telephone (51) 3218-5111.*
- *Rádio Gaúcha AM – the listeners communicate by e-mail with the hosts of various programs, like Gaúcha Hoje, Chamada Geral, Polêmica, Gaúcha Repórter, Show dos Esportes, Plantão Gaúcha, Galpão do Nativismo e Domingo Esporte Show, among others.*
- *RBS TV – the viewer has access to the e-mails of the programs, hosts, editors, and producers through the site www.rbstv.clicrbs.com.br*
- *TVCOM – the viewer has access to the e-mails of the programs, hosts, editors, and producers by way of the site: www.tvcom.clicrbs.com.br*

Fornecedores

Suppliers



A RBS busca estabelecer parcerias duradouras com seus fornecedores, especialmente os que, assim como ela, trabalham dentro de uma visão empresarial voltada para a gestão responsável, seja nas áreas econômica, social ou ambiental. Durante três anos consecutivos, de 2002 a 2004, a empresa realizou pesquisas sobre Responsabilidade Social junto a seus principais fornecedores. Os resultados registrados ao longo desses anos mostraram que a grande maioria dos entrevistados desenvolve programas e ações sociais próprios junto às comunidades em que atuam ou apóia projetos no Terceiro Setor coordenados por outras organizações.

Padrões éticos adotados na RBS são difundidos de modo que fornecedores e parceiros tenham a mesma postura. Entre esses padrões estão a não-exploração do trabalho infanto-juvenil e a não-adoção de qualquer prática corporativa que possibilite atos discriminatórios, racistas ou preconceituosos. Dessa forma, a empresa estimula o estabelecimento de relações transparentes, éticas e de total respeito a seus fornecedores e parceiros.

«

RBS seeks to establish lasting partnerships with its suppliers, especially those who, like itself, work within an entrepreneurial vision geared to responsible management, whether in the economic, social or environmental fields. For three consecutive years, from 2002 to 2004, the company carried out research on Social Responsibility, along with its main suppliers. The results recorded over the years show that a great majority of those interviewed develop their own programs and social actions in the communities where they operate or support projects in the Third Sector coordinated by other organizations.

Ethical standards adopted at RBS are divulged in a way that suppliers and partners take the same position. Among them is a pledge not to exploit child labor and not to adopt any corporate practice that allows discriminatory, racist or biased acts. In this way, the company promotes the establishment of open, ethical, and totally respectful relations with its suppliers and partners.

Governo e Sociedade

Government and Society

O conteúdo editorial produzido pelos veículos da RBS reflete a responsabilidade empresarial assumida perante a sociedade. Foram 13,3 mil matérias e reportagens realizadas em 2005 com foco no poder público. Outros temas, como meio ambiente, educação, saúde, cultura e relação entre comunidade e empresa, também são constantemente abordados na mídia da empresa. Ao mesmo tempo, em 2005, a geração de impostos pela RBS cresceu, chegando próxima a R\$ 80 milhões.

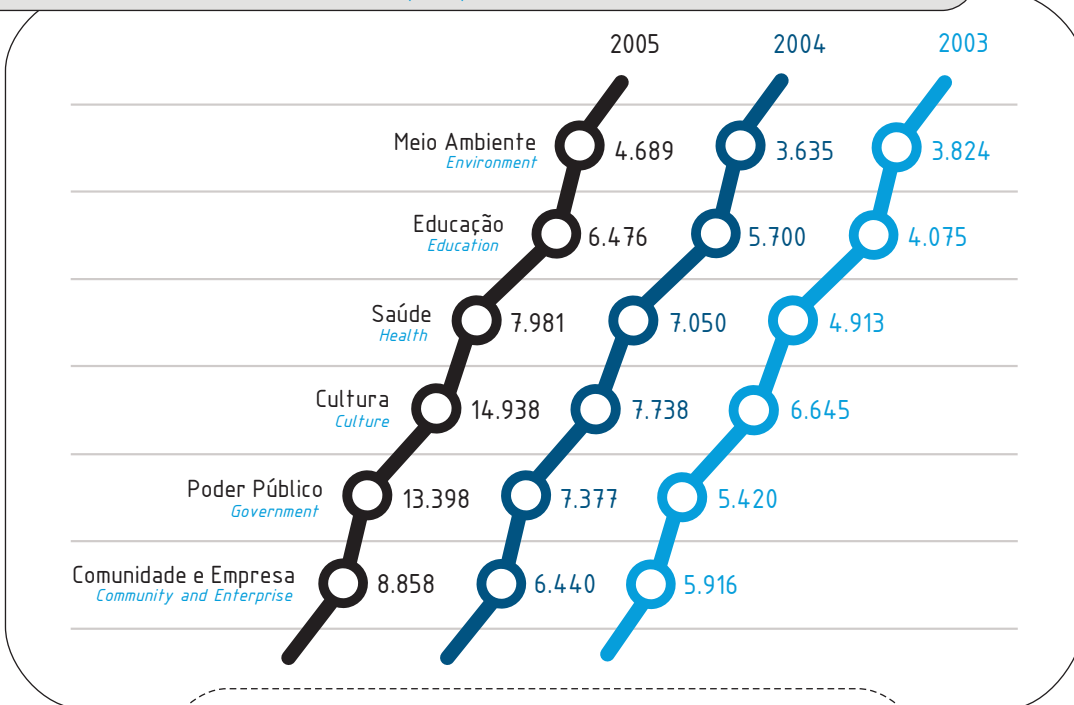


«

The editorial content produced by RBS' media vehicles reflects the entrepreneurial responsibility taken by the company before society. In 2005, 13,3 thousand news articles and reports were produced with their focus on Government. Other issues, such as environment, education, health, culture and the relationship between the community and the company are constantly addressed by the company's media vehicles as well. At the same time, the amount of taxes generated by RBS increased in 2005, reaching approximately R\$ 80 million.

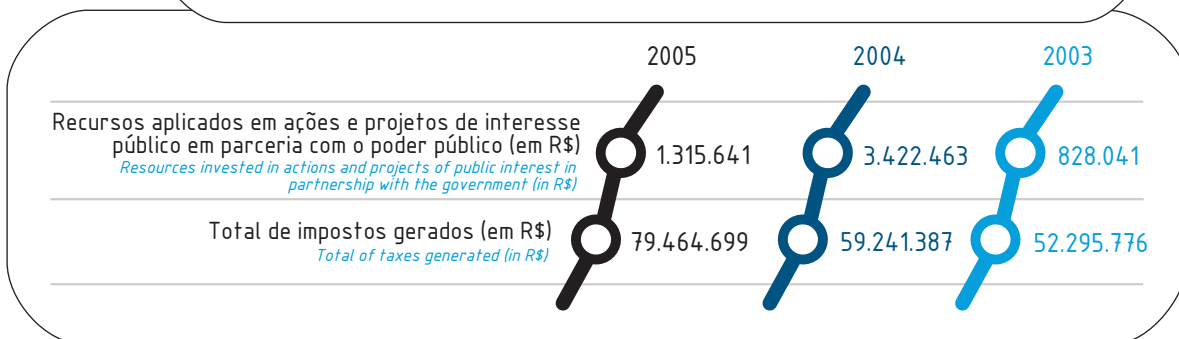
Número de Matérias e Reportagens realizadas sobre diferentes assuntos:

Number of News Articles and Reports produced about different matters:



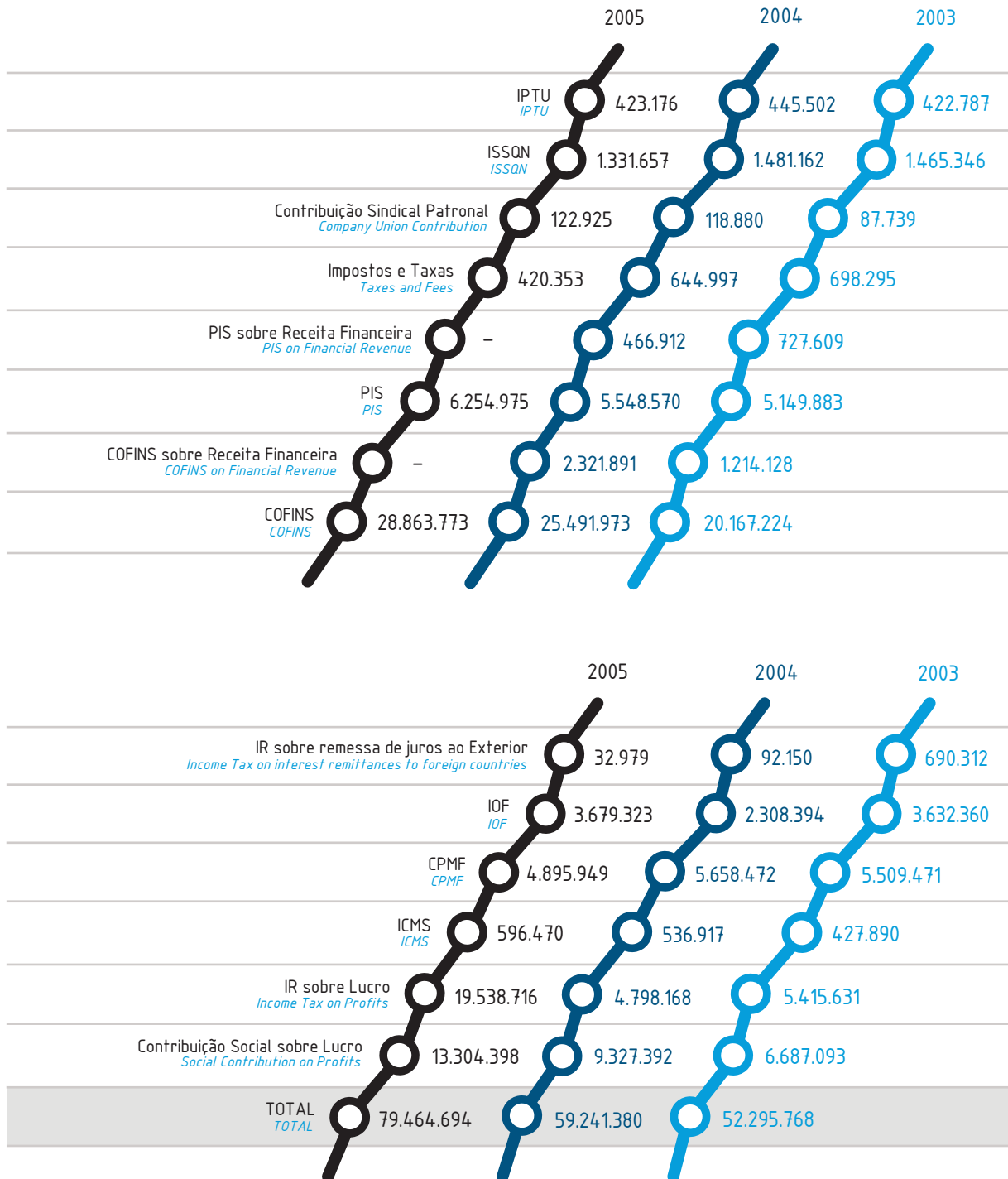
O total de impostos gerados pela RBS em 2005 cresceu 34,1% em comparação com o montante pago no ano anterior, chegando próximo dos R\$ 80 milhões. Já os recursos aplicados em ações e projetos em parceria com o poder público ficaram acima de R\$ 1,3 milhão.

“ The total amount of taxes generated by RBS in 2005 increased 34.1% compared to last year, reaching approximately R\$ 80 million. The resources invested in actions and projects in partnership with the government were above R\$ 1.3 million. ”



Impostos (em R\$)

Taxes (in R\$)

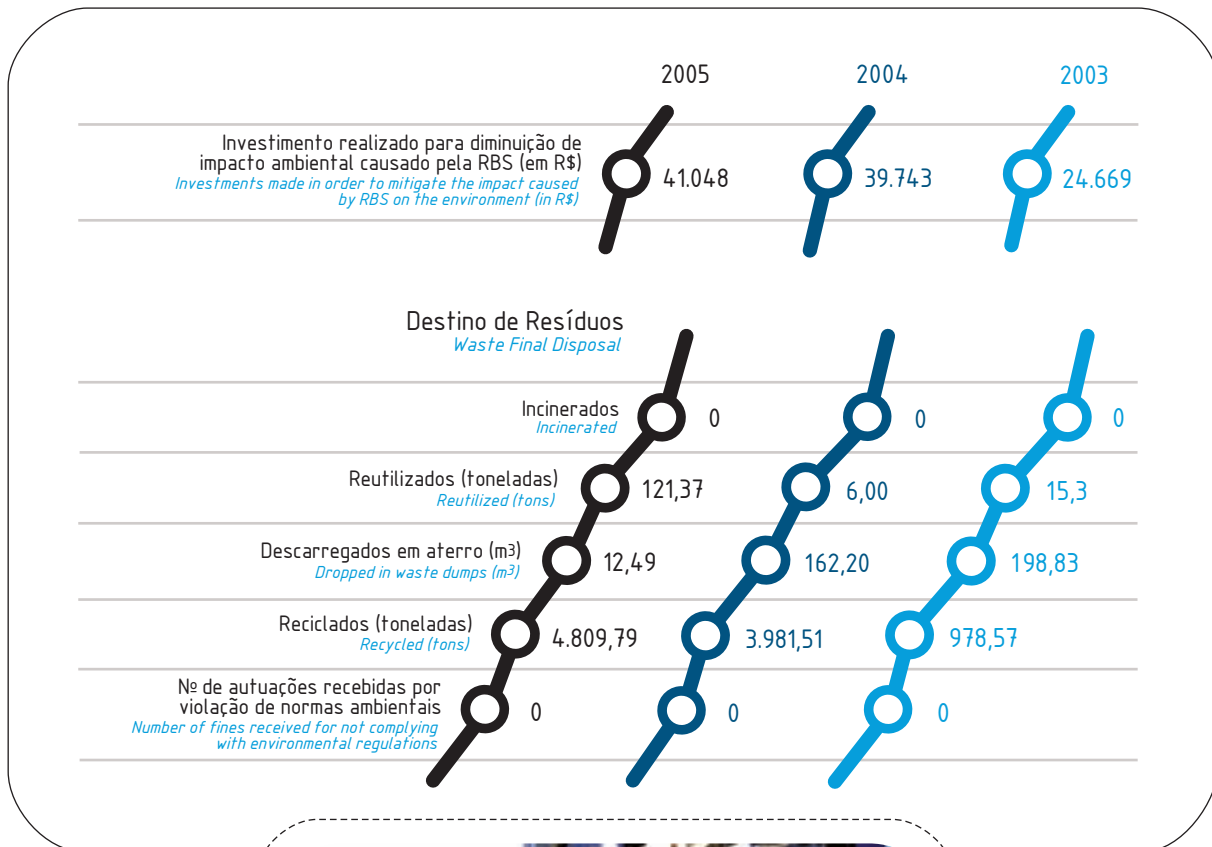


Meio Ambiente

Environment

O aperfeiçoamento dos processos para a redução do impacto ambiental é uma das preocupações da RBS. Um dos indicadores é a quantidade reciclada de resíduos, que tem crescido significativamente nos últimos anos. Em 2003, 978 toneladas foram recicladas. No ano seguinte, esse volume saltou para quase 4 mil e chegou a 4,8 mil toneladas no ano passado. Também o volume de resíduos reutilizados aumentou de modo bastante significativo, de 6 toneladas em 2004 para 121,3 toneladas em 2005, registrando crescimento de 20 vezes nesse período.

The improvement of processes aimed to reduce impacts on the environment is one of RBS' concerns. One indicator of such improvement is the significant growth in the amount of recycled waste along the past years. In 2003, 978 tons were recycled. In the following year, that amount jumped to almost 4 thousand tons, and it peaked 4.8 thousand tons last year. Similarly, the amount of waste that was reutilized increased significantly, from 6 tons in 2004 to 121.3 tons in 2005, showing a 20-time growth within that period of time.



Os bons resultados alcançados pela RBS na redução do impacto no meio ambiente são consequência de ações adotadas ao longo do ano. Entre os exemplos, destaca-se o projeto voltado para melhor aproveitamento da tinta gráfica em Zero Hora, em Porto Alegre. Com investimento de R\$ 4,5 mil, a empresa desenvolveu um equipamento a fim de utilizar a maior quantidade possível de tinta, reduzindo ao mínimo o resíduo. Também no prédio de Zero Hora foi efetuada troca de luminárias, alcançando a redução no consumo mensal de energia elétrica em cerca de 46 mil watts.

A parceria realizada entre as unidades da RBS em Porto Alegre com o Departamento Municipal de Limpeza Urbana (DMLU) possibilita que os resíduos orgânicos (restos de alimentos) recolhidos nos refeitórios sejam destinados a um projeto desenvolvido no segmento da suinocultura.

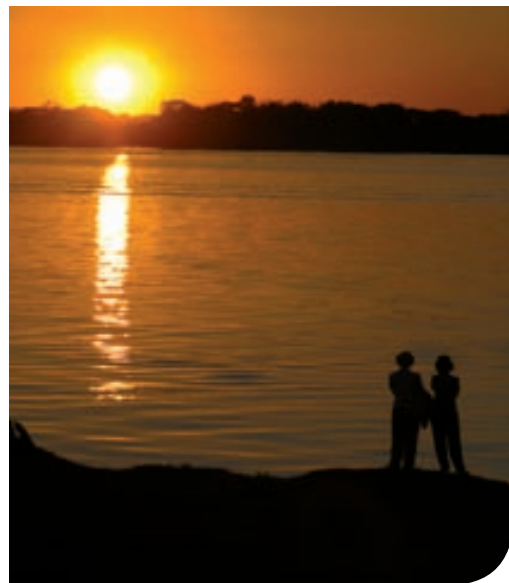
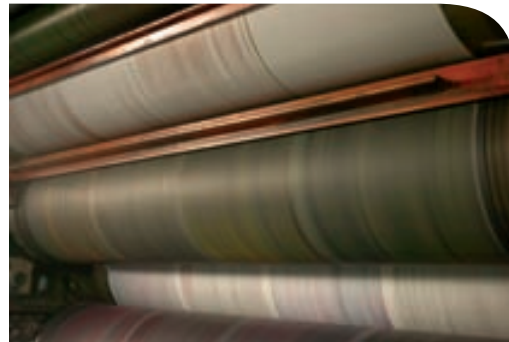
Em Santa Catarina, o parque gráfico do Diário Catarinense passou por reformas a fim de obter maior segurança nos tanques destinados a tratamento de efluentes.

“

The good results achieved by RBS regarding the reduction of impacts on the environment are consequence of actions adopted along the year. Among such examples, the project aimed to take better advantage of the graphic ink at Zero Hora in Porto Alegre is outstanding. Investing R\$ 4.5 thousand, the company developed a piece of equipment designed to use the biggest possible amount of ink, reducing waste to the minimum. In addition, in Zero Hora building the lighting fixtures were changed, decreasing electric power consumption by about 46 thousand watts.

The partnering between RBS units in Porto Alegre and the Departamento Municipal de Limpeza Urbana (DMLU) – the governmental entity which controls the cleaning of the city, enables the removal of organic waste of the canteens (food leftovers) to employ it for the purposes of a pig-raising project.

In Santa Catarina, Diário Catarinense's printing plant was renovated in order to gain more safety in the waste-treatment tanks.



Produto Socialmente Responsável

Socially Responsible Product

Na RBS, a informação verdadeira tem como alicerce rígidos padrões de ética seguidos à risca pela empresa e por todos os seus profissionais. Desde a sua fundação, em 1957, este é um compromisso assumido perante toda a sociedade e faz com que a organização esteja sempre aperfeiçoando os seus mecanismos de auto-regulamentação e processos para transmitir seu código de ética a todos os seus colaboradores. A última edição do "Guia de Ética e Responsabilidade Social da RBS" foi lançada em 2004, apresentando desde a missão e os valores da empresa até posturas a serem adotadas.

Por ter a informação como seu principal objeto de trabalho, a RBS busca estabelecer com seus funcionários e públicos canais de comunicação adequados a cada um desses grupos, de modo a perseguir a transparência e a objetividade nessas relações. A trajetória da empresa ao longo de seus quase 50 anos de existência é prova de que todas as ações e projetos desenvolvidos têm o objetivo de preservar a credibilidade perante seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, leitores, ouvintes, telespectadores e internautas e, de modo mais abrangente, as comunidades onde se faz presente.

«

At RBS, true information is based on tight ethical standards which are strictly followed by the company and all its employees as well. Since its foundation in 1957, this has been a commitment that RBS has taken upon itself before the society, thus leading the organization to constantly refine its self-regulation mechanisms as well as its processes, in order to transmit its ethics code to all employees. The last issue of "RBS Social Responsibility and Ethics Guide" was released in 2004, containing topics such as the mission and values of the company as well as the attitude to be adopted by its human resources.

Since information is its chief matter of work, RBS endeavors to establish adequate communication channels with its human resources and audiences in order to establish clear and objective relationships with them. The trajectory of the company along its nearly 50 years of existence is a proof that every action and project developed by it holds the goal of preserving its reliability before its human resources, clients, suppliers, shareholders, readers, listeners, viewers, and internet users and, more broadly, the communities in which it operates.



Encontro RBS de Jornalismo

O compromisso assumido pela RBS com a liberdade de informação está presente ao longo de toda a existência da empresa e permite que o jornalismo desenvolvido em todos os seus veículos busque sempre um claro objetivo: ser de alta qualidade. Perseguindo o aprimoramento de seus produtos e também de seus profissionais, a RBS criou em 2004 o Encontro RBS de Jornalismo e o Prêmio RBS de Jornalismo.

A segunda edição do encontro foi realizada em outubro de 2005, justamente com o tema "A obsessão pela qualidade". Cerca de 400 jornalistas dos veículos da rede no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina, Brasília e São Paulo avaliaram temas como as novas tecnologias, os trabalhos realizados nas áreas de entretenimento e de jornalismo investigativo, os formatos como são apresentados os conteúdos jornalísticos e o papel dos colunistas.

Ocorreram três painéis, possibilitando ampla participação de todos os presentes. O primeiro painel abordou o "Novo Ambiente Tecnológico", mostrando o que vem sendo feito pela empresa nesse sentido e apresentando as tendências para os próximos anos. A interatividade com o público foi o principal foco. O segundo painel tratou das produções em entretenimento da RBS e suas inserções dentro da programação jornalística. E o terceiro analisou o jornalismo investigativo, bem como o uso de recursos como câmeras e microfones escondidos, e sua repercussão na sociedade.

RBS Meeting of Journalism ←

As RBS' commitment regarding freedom of information has been present throughout its existence, the journalistic actions developed by its vehicles invariably work towards a clear objective: high-quality. With the purpose of improving both, its products and its human resources, RBS created two events - RBS Meeting of Journalism and RBS Journalism Award, in 2004.

The second Meeting took place in October, 2005, with the theme "Struggle for Quality". About 400 journalists of the network's vehicles in Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Brasília and São Paulo assessed matters such as new technologies, achievements in the areas of entertainment and investigative journalism, the formats of their journalistic content, and the role of columnists. Three panels were set up, making it possible the participation of everyone. The first panel was about "The New Technological Environment", presenting the actions of the company in that regard as well as the trends for the following years. Interactivity with the audiences was the main focus; the second panel was about RBS' entertainment productions and their insertions in the journalistic programming; the third looked at investigative journalism as well as the use of resources such as hidden cameras and microphones, and its repercussion in the society.



Prêmio RBS de Jornalismo

A segunda edição do Prêmio RBS de Jornalismo, cuja cerimônia de entrega foi realizada durante o Encontro de Jornalismo, teve 526 inscritos. O número de participantes foi 71% maior, comparado à edição de estréia, em 2004.

RBS Journalism Award ←

The second edition of RBS Journalism Award, whose ceremony took place during the Meeting of Journalism, had 526 applicants. The number of participants has increased by 71% compared to the first edition in 2004.

Os números de inscrições em 2005
Number of submitted works in 2005

RIO GRANDE DO SUL

SANTA CATARINA

● Arte de TV <i>TV Artwork</i>	10	–
● Arte de Jornal <i>Newspaper Artwork</i>	11	10
● Arte de Internet <i>Internet Artwork</i>	6	–
● Experiência Multimídia <i>Multimedia Experience</i>	19	4
● Fotografia <i>Photography</i>	22	19
● Gente Comum <i>Ordinary People</i>	43	52
● Interatividade com Público <i>Interactivity with the Audience</i>	27	9
● Internet <i>Internet</i>	9	–
● Inovação Editorial <i>Editorial Innovation</i>	32	10
● Imagem de TV <i>TV Imaging</i>	17	1
● Relação Comunitária <i>Relationship with the Community</i>	21	14
● Trabalho de TV <i>TV Work</i>	30	44
● Trabalho de Rádio <i>Radio Work</i>	23	35
● Trabalho de Jornal <i>Newspaper Work</i>	56	2
● Total de Inscritos <i>Total number of submitted works</i>	326	200



O Prêmio RBS de Jornalismo é uma promoção interna e prioriza a valorização dos autores de trabalhos identificados com os princípios editoriais da empresa. Além dos prêmios por categorias, são contemplados os melhores trabalhos de Jornal, Rádio, Televisão e Online, publicados durante o segundo semestre de 2004 e o primeiro semestre de 2005. Desses quatro vencedores, foi escolhido o Melhor Trabalho do Ano, que, a partir dessa edição, passou a ser chamado Prêmio Jayme Sirotsky de Jornalismo, e recebeu como premiação uma viagem de aprimoramento profissional no Exterior.



RBS Journalism Award is an in-house promotion which values and prizes authors whose works are in unison with the editorial principles of the company. In addition to the awards by category, others prizes were also granted to the best works in Newspapers, Internet, Radio and Television, during the second half of 2004 and first half of 2005. The Best Work of the Year was chosen among those four winners. From that edition on, the award had its name changed to 'Jayme Sirotsky Journalism Award', granting to the winner an overseas trip for the purpose of professional development.

2º Prêmio RBS de Jornalismo

Second RBS Journalism Award

Prêmio Jayme Sirotsky de Jornalismo (Trabalho do Ano)

Jornal do Almoço direto de Erechim, para RBS TV Porto Alegre, de José Pedro Villalobos, Tanise Dvoskin, Melissa Gass, Marcos Bohn e Rosane Marchetti

Jayme Sirotsky Journalism Award (Work of the Year)

Journal do Almoço direct from Erechim, for RBS TV Porto Alegre, by Jose Pedro Villalobos, Tanise Dvoskin, Melissa Gass, Marcos Bohn and Rosane Marchetti.



Vencedores por categoria e mídia

Winners by category and media

● Arte de TV <i>Newspaper Artwork</i>	Institucionais TVCOM, para TVCOM RS e SC, de Celso Júnior, Ronaldo Sabin, Gustavo Büllow, Marcos Borges e Sandré Sarreta <i>TVCOM Institutional ads for TVCOM RS and SC, by Celso Junior, Ronaldo Sabin, Gustavo Büllow, Marcos Borges and Sandre Sarreta</i>
● Arte de Jornal <i>TV Artwork</i>	A Paixão de Cristo, para Zero Hora, de Gilmar Fraga e Equipe Arte Zero Hora <i>Christ Passion, for Zero Hora, by Gilmar Fraga and Zero Hora Artwork team</i>
● Experiência Multimídia <i>Multimedia Experience</i>	Sucursal Praia Multimídia, para clicRBS, Rádio Gaúcha, Zero Hora e RBS TV, de Alexandra Freitas, Leandro Staudt, Rodrigo Lopes e Sérgio Lüdtke <i>Multimedia Beach Office, for clicRBS, Radio Gaucha, Zero Hora and RBS TV, by Alexandra Freitas, Leandro Staudt, Rodrigo Lopes and Sergio Lüdtke</i>
● Fotografia <i>Photography</i>	Atenas 2004, para os Jornais da RBS e clicRBS, de Júlio Cordeiro <i>Athens 2004, for RBS Newspapers and clicRBS, by Julio Cordeiro</i>
● Gente Comum <i>Ordinary People</i>	Produção de Moda com Doações da Campanha do Agasalho, para Pioneiro, de Felipe Boff e Ricardo Wolffenbüttel <i>A fashion production with donations from 'Campanha do Agasalho' (Clothes for the Poor Campaign) for Pioneiro newspaper, by Felipe Boff and Ricardo Wolffenbüttel</i>
● Interatividade com Público <i>Interactivity with the Audience</i>	Festival Duas Bandas, para TVCOM SC, de Julio Djo e Equipe Na Pilha <i>Two Bands Festival, for TVCOM SC, by Julio Djo and Na Pilha Team</i>
● Inovação Editorial <i>Editorial Innovation</i>	Correspondente Ipiranga, para Rádio Gaúcha, de André Machado e Equipe <i>Ipiranga Correspondent, for Radio Gaucha, by Andre Machado and team</i>
● Imagem de TV <i>TV Imaging</i>	Tentativa de Assalto a Carro-Forte, para RBS TV Santa Maria, de Fernando Ramos <i>Hijack attempt to an armored car, for RBS TV Santa Maria, by Fernando Ramos</i>
● Relação Comunitária <i>Relationship with the Community</i>	Contracapas de Natal, para Diário de Santa Maria, de Tatiana Dutra <i>Christmas back covers for Diario de Santa Maria, by Tatiana Dutra</i>
● Trabalho de Internet <i>Internet Work</i>	Especial 100 Anos de Erico Verissimo, para clicRBS RS, de Juliana Lessa e Equipe <i>Erico Verissimo 100 years Special, for clicRBS RS, by Juliana Lessa and team</i>
● Trabalho de Jornal <i>Newspaper Work</i>	Fantasmas Assombram o Fome Zero, para Zero Hora, de Humberto Trezzi e Central do Interior <i>Ghosts Haunt 'Fome Zero' (Zero Hunger), for Zero Hora, by Humberto Trezzi and the Countryside Central</i>
● Trabalho de Rádio <i>Radio Work</i>	Ação Entre Amigos, para Rádio Gaúcha, de Giovani Grizotti e Daniel Scola <i>'Ação Entre Amigos', for Radio Gaucha, by Giovani Grizotti and Daniel Scola</i>
● Trabalho de TV <i>TV Work</i>	Jornal do Almoço direto de Erechim, para RBS TV Porto Alegre, de José Pedro Villalobos, Tanise Dvoskin, Melissa Gass, Marcos Bohn e Rosane Marchetti <i>Journal do Almoço direct from Erechim, for RBS TV Porto Alegre, by Jose Pedro Villalobos, Tanise Dvoskin, Melissa Gass, Marcos Bohn and Rosane Marchetti</i>

Jornalismo de Qualidade

A informação correta e isenta é compromisso de todos os profissionais da RBS. Além disso, os produtos desenvolvidos pela empresa buscam apresentar os fatos relacionados direta ou indiretamente com as comunidades onde os veículos da rede estão presentes de forma moderna, criativa e de fácil compreensão. Os prêmios recebidos ao longo de 2005 são o reconhecimento deste trabalho.

Quality Journalism «

Accurate and unbiased information is a commitment for all of RBS' professionals. In addition, the products developed by the company are aimed to present the facts, directly or indirectly related to the communities, in a modern, creative and easy-to-understand way. The awards received by the company along 2005 are the recognition of such work.

Em 2005, mais de 160 prêmios foram conquistados por veículos e profissionais da RBS.

In 2005, more than 160 awards were won by RBS' vehicles and employees.



Veículos e profissionais premiados com 1º lugar

Vehicles and professionals awarded with 1st place

- RBS
 - Top of Mind da Revista Amanhã, categoria Empresa em que os gaúchos mais gostariam de trabalhar
Amanhã magazine's Top of Mind Award, category: 'Company in which most people would like to work in Rio Grande do Sul'
 - Top of Mind Região Sul da Revista Expressão, categoria Grande Marca Gaúcha
Expressão magazine's Top of Mind South Region, category 'Grande Marca Gaúcha' (Great Rio Grande do Sul Brand)
 - Top of Mind Região Sul da Revista Expressão, categoria Empresa com ações sociais para a comunidade no RS
Expressão magazine's Top of Mind South Region, category 'Company that developed social actions on behalf of communities in Rio Grande do Sul'
- Rádio Atlântida
 - Top of Mind da Revista Amanhã, categoria Emissora de Rádio FM
Amanhã magazine's Top of Mind, category FM Radio Station

CONTINUA *CONTINUE* »



Rádio Farroupilha

» Veículo do Ano no 31º Salão da Propaganda
Vehicle of the Year at the 31st Salão da Propaganda

» Prêmio ARI de Jornalismo, categoria Prêmio Especial Troféu Hipólito José da Costa
ARI Journalism Award, category: Special Award Hipolito Jose da Costa Trophy

» Top of Mind da Revista Amanhã, categoria Emissora de Rádio AM
Amanhã magazine's Top of Mind, category AM Radio Station

» Top of Mind da Revista Amanhã, categoria Comunicador Local de Rádio: Sérgio Zambiasi
Amanhã magazine's Top of Mind, category Local Radio Communications Talent: Sergio Zambiasi



Rádio Gaúcha

» Prêmio ARI de Jornalismo, categoria Radiojornalismo / Reportagem Geral: Cid Martins
ARI Journalism Award, category: Radio journalism / Radio News Coverage: Cid Martins

» Prêmio ARI de Jornalismo, categoria Radiojornalismo / Reportagem Esportiva: Eduardo Gabardo
ARI Journalism Award, category: Radio journalism / Sports News Coverage: Eduardo Gabardo

» Prêmio ARI de Jornalismo, categoria Radiojornalismo / Produção: Gabrieli Chanas, Giane Guerra e Silvana Pires
ARI Journalism Award, category: Radio journalism / Production: Gabrieli Chanas, Giane Guerra and Silvana Pires

» Prêmio Press, categoria Apresentador de Rádio do Ano: Nando Gross
Press Award, category: Radio Host of the Year: Nando Gross

» Prêmio Press, categoria Narrador Esportivo do Ano: Marco Antônio Pereira
Press Award, category Sports Speaker of the Year: Marco Antonio Pereira

» Prêmio Press, Troféu Milton Ferreti Jung / Locutor – Apresentador de Notícias do Ano: André Machado
Press Award, Milton Ferreti Jung Trophy / Newscaster – Anchor of the Year: Andre Machado

» Prêmio de Jornalismo da Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias, categoria Rádio: Daniel Scola
Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias' Journalism Award, category Radio: Daniel Scola

» Prêmio Confederação Nacional do Transporte (CNT) de Jornalismo, categoria Rádio: Cid Martins
'Confederação Nacional do Transporte' (CNT) Award of Journalism, category Radio: Cid Martins

» Prêmio Denatran Etapas Gaúcha e Nacional, categoria Profissional de Comunicação: Mauro Saraiva Júnior
Denatran Award – Rio Grande do Sul and national phase, category Communications Talent: Mauro Saraiva Junior

» XXII Prêmio Direitos Humanos de Jornalismo, categoria Rádio: Cid Martins, Fábio Almeida e Marcelo Magalhães
XXII Award of Human Rights Journalism, category Radio: Cid Martins, Fabio Almeida and Marcelo Magalhaes

» VII Prêmio Imprensa Embratel, categoria Reportagem de Rádio: Cid Martins, Fábio Almeida e Marcelo Magalhães
VII Embratel Press Award, category Radio News Coverage: Cid Martins, Fabio Almeida and Marcelo Magalhaes

» Prêmio FEPAM de Jornalismo Ambiental, categoria Radiojornalismo: Marcelo Matusiak
FEPAM Award of Environmental Journalism, category Radio journalism: Marcelo Matusiak

» Prêmio FIP de Jornalismo para a Tolerância, categoria Rádio: Leandro Staudt
FIP Award of Journalism for Tolerance, category Radio: Leandro Staudt

» Prêmio de Jornalismo do Ministério Público do Rio Grande do Sul, categoria Reportagem Rádio: Cid Martins
Ministerio Publico do Rio Grande do Sul's (Department of Justice) Journalism Award, category Radio Report: Cid Martins.

- Rádio Rural → 4º Prêmio Massey Ferguson de Jornalismo, categoria Rádio: Ana Lucia Kist
4th Massey Ferguson Award of Journalism, category: Radio: Ana Lucia Kist
- Canal Rural → Prêmio de Jornalismo da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq), categoria Rádio e Televisão: Alessandra Mello e Danilo Chisini
Journalism Award granted by the Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq), category: Radio and Television: Alessandra Mello and Danilo Chisini
- RBS TV Blumenau → Prêmio: Moção Câmara de Vereadores, categoria Telejornalismo: Cláudio Holzer
Award 'Moção Câmara de Vereadores', category: TV-journalism: Cláudio Holzer
- RBS TV Centro-Oeste → Prêmio ADVB Empresa Cidadã 2005, categoria Participação Comunitária
ADVB Citizen Company Award 2005, category: Communitarian Participation
- RBS TV Criciúma → Concurso de Jornalismo da Associação Comercial de Criciúma (Acic), categoria Telejornalismo: Maria Gorethe Schotten e Adailton Martinello
Journalism Contest held by Associação Comercial de Criciúma (Acic), category TV-journalism: Maria Gorethe Schotten and Adailton Martinello
- RBS TV Florianópolis → Top of Mind Região Sul da Revista Expressão, categoria Emissora de TV Catarinense
Expressão magazine's Top of Mind South Region, category TV Broadcasting Station of Santa Catarina
- Prêmio de Jornalismo da Associação Nacional dos Transportes Ferroviários, categoria Televisão: Jean Paulo Raupp
Journalism Award of Associação Nacional dos Transportes Ferroviários, category Television: Jean Paulo Raupp
- Prêmio Dakir Polidoro da Câmara Municipal de Florianópolis, categoria Apresentador e Colunista: Cacau Menezes
Dakir Polidoro Award of Florianopolis' Câmara Municipal, category Host and Columnist: Cacau Menezes
- Prêmio III CineAmazônia, categoria Melhor Reportagem Ambiental: Kleide Klock
III CineAmazônia Award, category Best Story on the Environment: Kleide Klock
- Prêmio Instituto Guga Kuerten (IGK), categoria Jornalismo: Cíntia Velasco Capri
Instituto Guga Kuerten (IGK) Award, category Journalism: Cíntia Velasco Capri
- Prêmio de Jornalismo Sistema Fiesc 2005, categoria Mídia Eletrônica: Karla Cabral
FIESC System Journalism Award 2005, category Electronic Media: Karla Cabral
- Prêmio Top de Marcas, categoria Colunista Esportivo: Roberto Alves
Top of Brands Award, category Sports Columnist: Roberto Alves
- Prêmio Unimed de Jornalismo, categoria Televisão: Fabiano Marques, Camille Reis, Rogênio Silva, Fabio Cardoso e Eraldo Bessa
Journalism Unimed Award, category Television: Fabiano Marques, Camille Reis, Rogenio Silva, Fabio Cardoso and Eraldo Bessa
- RBS TV Porto Alegre → Prêmio ARI de Jornalismo, categoria Telejornalismo / Reportagem Esportiva: Glauco Pasa
ARI Journalism Award, category TV-journalism / Sports News Coverage: Glauco Pasa
- Prêmio Press, categoria Repórter de Televisão do Ano: Eduarda Streb
Press Award, category Television Reporter of the Year: Eduarda Streb
- Prêmio Press, categoria Comentarista de Televisão do Ano: Ana Amélia Lemos
Press Award, category Television Commentator of the Year: Ana Amélia Lemos



CONTINUA CONTINUE →



RBS TV Porto Alegre

» Prêmio Veículos de Comunicação da Revista Propaganda & Marketing, categoria Melhor TV Regional
Propaganda & Marketing magazine Award for Media Vehicles, category Best Regional TV Station

» Top of Mind da Revista Amanhã, categoria Comunicador Local de TV: Lasier Martins
Amanhã magazine's Top of Mind, category Local TV Communicator: Lasier Martins

» Top of Mind Região Sul da Revista Expressão, categoria Emissora de TV Gaúcha
Expressão magazine's Top of Mind South Region, category TV Broadcast Station of Rio Grande do Sul

» Premio Distinzione da ACIRS: Alice Urbim
ACIRS' Distinzione Award: Alice Urbim



TVCOM RS

» TOP de Marketing ADVB RS 2005, categoria Comunicação/Mídia
ADVB TOP of Marketing 2005, category Communications / Media



Diário Catarinense

» Top of Mind Região Sul da Revista Expressão, categoria Jornal SC
Expressão magazine's Top of Mind South Region, category Newspaper SC

» Top of Mind Região Sul da Revista Expressão, categoria Colunista de Jornal SC: Cacau Menezes
Expressão magazine's Top of Mind South Region, category Newspaper Columnist SC: Cacau Menezes

» Prêmio Top de Marcas, categoria Meios de Comunicação/Jornal
Top of Brands Award, category Communications Media / Newspaper

» Prêmio Top de Marcas, categoria Meios de Comunicação/Jornal: Cacau Menezes
Top of Brands Award, category Communications Media / Newspaper: Cacau Menezes

» Prêmio Cidadania Mundial 2005: Ângela Bastos
Worldwide Citizenship Award 2005: Ângela Bastos

» Prêmio Colunistas, categoria Publicitário do Ano: Felipe Goron
Columnists Award, category Advertising Person of the Year: Felipe Goron

» Concurso de Jornalismo da Associação Comercial de Criciúma (Acic), categoria Fotojornalismo: Ulisses Job
Journalism Contest held by Associação Comercial de Criciúma (Acic), category Photo journalism: Ulisses Job

» Prêmio de Jornalismo da Associação Nacional dos Transportes Ferroviários, categoria Jornal Impresso Região Sul: Simone Kafruni
Journalism Award granted by Associação Nacional dos Transportes Ferroviários, category South Region Printed Newspaper: Simone Kafruni

» Prêmio Festival de Cinema Feminino: Tudo sobre Mulheres, categoria Melhor Vídeo: Ângela Bastos
Women's Film Festival Award: 'Everything About Women', category Best Video: Ângela Bastos

» Troféu HQ Mix, categoria Ilustração: Samuel Casal
HQ Mix Trophy, category Illustration: Samuel Casal

» Prêmio Instituto Guga Kuerten (IGK), categoria Jornalismo: Viviane Bevilacqua
Instituto Guga Kuerten (IGK) Award, category Journalism: Viviane Bevilacqua

» Prêmio Sistema Fiesc de Jornalismo 2005, categoria Mídia Impressa: Simone Kafruni
Fiesc System of Journalism Award 2005, category Print Media: Simone Kafruni

» Prêmio Unimed de Jornalismo, categoria Jornal: Viviane Bevilacqua
Unimed Journalism Award, category Newspaper: Viviane Bevilacqua



● Diário Catarinense	→ Medalha Zumbi dos Palmares: Jurandir Silveira e Cláudio Silva <i>Zumbi dos Palmares Medal: Jurandir Silveira and Cláudio Silva</i>
● Diário Gaúcho	→ Top of Mind da Revista Amanhã, categoria Marca Popular <i>Amanhã magazine's Top of Mind, category Popular Brand</i>
	→ Top of Mind Região Sul da Revista Expressão, categoria Marcas Populares <i>Expressão magazine's Top of Mind South Region, category Popular Brands</i>
	→ Prêmio Colunistas Abracomp, categoria Veículo do Ano <i>Abracomp Columnists Award, category Media Vehicle of the Year</i>
	→ 3º Concurso Fotográfico Sérgio Buarque de Holanda: Andréa Graiz <i>3rd Photography Contest Sérgio Buarque de Holanda: Andréa Graiz</i>
● Diário de Santa Maria	→ Troféu Federação de Atletismo do Rio Grande do Sul <i>Athletic Federation of Rio Grande do Sul Trophy</i>
● Jornal de Santa Catarina	→ Top de Marketing ADVB SC 2005 <i>ADVB SC Top of Marketing 2005</i>
	→ Jornalista Amigo da Criança da Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi): Eduardo Correia <i>Children-friendly Journalist. Award granted by Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi): Eduardo Correia</i>
	→ Concurso Fotográfico Verde da Nossa Terra, categoria Profissional: Artur Moser <i>Photography Contest 'Our Land's Green', category Professional: Artur Moser</i>
	→ Sociedade de Escritores de Blumenau - Destaque Literário 2005, categoria Crônica: Fabrício Cardoso <i>Writers' Society of Blumenau Literary - Highlight 2005, category Chronicle: Fabrício Cardoso</i>
● Pioneiro	→ XXII Prêmio Direitos Humanos de Jornalismo, categoria Charge: Fábio Nienow <i>XXII Human Rights Journalism Award, category Cartoon: Fábio Nienow</i>
	→ 4º Prêmio Massey Ferguson de Jornalismo, categoria Fotojornalismo: Daniela Xu <i>4th Massey Ferguson Journalism Award, category Photo-journalism: Daniela Xu</i>
● Zero Hora	→ Prêmio Esso de Jornalismo, categoria Regional Sul: Equipe de Esportes <i>Esso Journalism Award, category South Region: Newspaper Sports Team</i>
	→ 1º Prêmio Brasil-China de Jornalismo, categoria Jornal: Luciano Peres <i>1st Brazil-China Journalism Award, category Newspaper: Luciano Peres</i>
	→ Prêmio Comunicação 2004 da ABP, categoria Veículo do Ano <i>ABP Communications Award 2004, category Media Vehicle of the Year</i>
	→ Prêmio Veículos de Comunicação da Revista Propaganda & Marketing, categoria Jornal Regional <i>Propaganda & Marketing magazine Award for Communications Media Vehicles, category Regional Newspaper</i>

CONTINUA CONTINUE →



Zero Hora



» Prêmio ARI de Jornalismo, categoria Jornalismo Impresso / Reportagem Geral: Moisés Mendes
ARI Journalism Award, category Print Journalism / News Coverage: Moisés Mendes

» Prêmio ARI de Jornalismo, categoria Jornalismo Impresso / Reportagem Esportiva: Equipe de Esportes
ARI Journalism Award, category Print Journalism / Sports News Coverage: Newspaper Sports Team

» Prêmio ARI de Jornalismo, categoria Jornalismo Impresso / Crônica: Mário Marcos de Souza
ARI Journalism Award, category Print Journalism / Chronicle: Mário Marcos de Souza

» Prêmio ARI de Jornalismo, categoria Jornalismo Impresso / Fotojornalismo: Ronaldo Bernardi
ARI Journalism Award, category Print Journalism / Photo-journalism: Ronaldo Bernardi

» Prêmio ARI de Jornalismo, categoria Jornalismo Impresso / Reportagem Econômica: Nilson Mariano
ARI Journalism Award, category Print Journalism / Economy News Coverage: Nilson Mariano

» Prêmio Press, categoria Chargista/Grafista do Ano: Iotti
Press Award, category Cartoon/Graphic artist of the Year: Iotti

» Prêmio Press, categoria Colunista de Jornal: Paulo Sant'Ana e Rosane de Oliveira
Press Award, category Newspaper Columnist: Paulo Sant'Ana and Rosane de Oliveira

» Prêmio Press, categoria Repórter de Jornal: Humberto Trezzi
Press Award, category Newspaper Reporter: Humberto Trezzi

» 31º Salão da Propaganda, categoria Atendimento Veículo: Suzana Leonardis
31st Salão da Propaganda Award, category Account Executive Media Sales: Suzana Leonardis

» Top of Mind da Revista Amanhã, categoria Jornal RS
Amanhã magazine's Top of Mind, category Newspaper RS

» Top of Mind da Revista Amanhã, categoria Marcas de Elite/Escritora Gaúcha: Martha Medeiros
Amanhã magazine's Top of Mind, category Elite Brands/ Writer from Rio Grande do Sul: Martha Medeiros

» Top of Mind Região Sul da Revista Expressão, categoria Jornal RS
Expressão magazine's Top of Mind South Region, category Newspaper RS

» Top of Mind Região Sul da Revista Expressão, categoria Colunista de Jornal RS: Paulo Sant'Ana
Expressão magazine's Top of Mind South Region, category Newspaper Columnist RS: Paulo Sant'Ana

» Prêmio Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança (Abecip) de Jornalismo: Alexandre de Santi
Journalism Award granted by Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança (Abecip): Alexandre de Santi

» Prêmio Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH), categoria Imprensa: Isabel Marchezan
Award granted by Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH), category Press: Isabel Marchezan

» Prêmio Destaque da Associação Médica do Rio Grande do Sul (Amrigs), categoria Imprensa
Outstanding Business Award granted by the Medical Association of Rio Grande do Sul (Amrigs), category Press

» Prêmio Alexandre Adler de Jornalismo em Saúde, categoria Jornal: Andrei Netto
Alexandre Adler Health Journalism Award, category Newspaper: Andrei Netto

» Prêmio Jornalismo Brigada Militar – Operação Golfinho 35 anos, categoria Jornalismo Impresso: Rodrigo Cavalheiro e Marianne Scholze
Journalism Award Brigada Militar – Operação Golfinho 35 years, category Print Journalism: Rodrigo Cavalheiro and Marianne Scholze



● Zero Hora	» XXII Prêmio Direitos Humanos de Jornalismo, categoria Crônica: Mário Marcos de Souza <i>XXII Human Rights Journalism Award, category Chronicle: Mário Marcos de Souza</i>
	» Prêmio de Jornalismo da Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP) 2005, categoria Cobertura Jornalística: Marcelo Fleury <i>Journalism Award granted by Sociedade Interamericana de Imprensa (SIP) 2005, category Journalism Coverage: Marcelo Fleury</i>
	» Prêmio Ibero-Americano de Comunicação pelos Direitos da Infância e da Adolescência, categoria HIV/Aids: Letícia Duarte <i>Ibero-American Communications Award for the Children and Adolescent's Rights, category HIV/Aids: Letícia Duarte</i>
	» Prêmio de Jornalismo do Ministério Público do Rio Grande do Sul, categoria Fotojornalismo: Tadeu Vilani <i>Journalism Award granted by the Department of Justice of Rio Grande do Sul, category Photo-journalism: Tadeu Vilani</i>
	» Prêmio de Jornalismo do Ministério Público do Rio Grande do Sul, categoria Reportagem/Imprensa: Alexandre Elmi, Dione Kuhn e Leandro Fontoura <i>Journalism Award granted by the Department of Justice of Rio Grande do Sul, category News Coverage/ Press: Alexandre Elmi, Dione Kuhn and Leandro Fontoura</i>
	» Prêmio New Holland de Jornalismo, categoria Fotografia: Tadeu Vilani <i>New Holland Journalism Award, category Photography: Tadeu Vilani</i>
	» Prêmio Revista About, categoria Jornal do Ano <i>About magazine Award, category: Newspaper of the Year</i>
	» Prêmio SETCERGS de Jornalismo, categoria Fotografia: Arivaldo Chaves <i>Journalism Award granted by SETCERGS, category Photography: Arivaldo Chaves</i>
● ClicRBS	» Prêmio iBest 2005, categoria iBest Regional / RS <i>iBest 2005 Award, category iBest Regional / RS</i>

Cases de Jornalismo

O jornalismo na RBS, sempre caracterizado pelo dinamismo e comprometimento com a ética e a responsabilidade, tem desempenhado papel importante nas comunidades onde a empresa está presente. Reportagens são realizadas também com o objetivo de chamar a atenção para os problemas e provocar as mudanças necessárias, resultando em maior bem-estar na sociedade.

Seguem alguns exemplos: _____»

Journalism Cases _____»

RBS journalism's dynamics and commitment to both ethics and responsibility, has invariably played an important role in the communities in which the company holds operations. News are also gathered with the purpose of drawing attention to problems, thus causing the necessary changes which will provide improved well-being to the society, such as:

UTI Neonatal em Criciúma, Santa Catarina

Durante dois anos, em 2004 e 2005, a RBS TV Criciúma realizou diversas reportagens chamando a atenção para a falta de uma Unidade de Tratamento Intensivo (UTI) Neonatal. Os recém-nascidos no município em condições de risco de vida precisavam viajar por cerca de uma hora até a cidade de Tubarão. Lá existiam oito vagas para atender a um total de 43 municípios da região. Trinta e quatro mortes de bebês foram registradas. As reportagens da RBS chamaram a atenção para o problema, mobilizando toda a comunidade e autoridades governamentais. No hospital público Pronto Atendimento Infantil Santa Catarina foi construída uma UTI Neonatal com 10 vagas. Cinco incubadoras já estão funcionando.

Neonatal ICU in Criciúma, Santa Catarina «

Along two years – 2004 and 2005 – RBS TV Criciúma broadcast several reports calling attention to the lack of a neonatal Intensive Care Unit (ICU). The newborns of Criciúma municipal area who were in life risk conditions had to be taken to Tubarão city on a trip that lasted nearly one hour. In Tubarão there were eight vacancies to attend a total of 43 municipalities. Thirty-four deaths of babies had been reported.

RBS' news reports called attention to that problem, mobilizing the whole community and governmental authorities. At the public hospital 'Pronto Atendimento Infantil Santa Catarina', a neonatal ICU with capacity for 10 patients was built. Five baby incubators are operational.

Denúncia de mão-de-obra infantil em Joaçaba, Santa Catarina

A reportagem da RBS TV Centro-Oeste teria como foco uma pedreira. No entanto, ao buscar informações e imagens, a equipe de jornalistas detectou a presença de uma criança de seis anos trabalhando no local. A família alegava que o menino apenas acompanhava um parente mais velho. O próprio garoto, porém, contou que recebia R\$ 50 por mês para quebrar pedras. O Conselho Tutelar e o Ministério do Trabalho foram acionados. Comprovada a existência da irregularidade, a partir da reportagem da RBS, a criança foi encaminhada para o Programa de Erradicação do Trabalho Infantil, do Governo Federal, onde fica meio turno. No outro turno do dia, vai para a escola. A família também passou a receber assistência.

Child labor denounce in Joaçaba, Santa Catarina «

RBSTV Centro-Oeste would produce a report on a stone quarry. Nonetheless, while searching for information and image settings, the journalism team detected the presence of a six-year-old child working at the site. The family alleged that the boy was just accompanying an older relative. The boy himself, though, said that he earned R\$50 a month to break stones. The Child Custody Council (Conselho Tutelar) and the Ministry of Labor were warned about that fact.

Having been ratified the existence of the irregularity, as from RBS' report the child was sent to the Child Labor Eradication Program, of the Federal Government, that he attends partime. For the remaining of the day he goes to school. The family started to receive assistance as well.

Medicamento para transplantados em Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul

O medicamento à base de micofenolato sódico impede a rejeição de órgãos transplantados. Por ser importado, é repassado pelo Governo Estadual a farmácias. Em Santa Cruz do Sul, no entanto, esse remédio esteve em falta por cerca de três meses, de janeiro a março de 2005. Esse foi o tema de reportagem realizada pela RBS TV Santa Cruz do Sul, mostrando os riscos que correm os pacientes que necessitam desse medicamento e o drama de quem fez transplante e não encontrou o remédio. Também alertou que o problema poderia impedir a cirurgia das cem pessoas que estavam à espera de transplante de rim no município, justamente pela falta do medicamento necessário no pós-operatório. Depois da reportagem, a 13ª Coordenadoria Regional de Saúde distribuiu, no dia 21 de março, 140 comprimidos do medicamento às farmácias da cidade. Em Santa Cruz do Sul, 26 pacientes precisavam do remédio.

Medical care for transplanted patients in Santa Cruz do Sul, Rio Grande do Sul «

Mycophenolate mofetil is a medicine composition that prevents the rejection of transplanted organs. As the medicine is imported, the State Government is in charge of distributing it to pharmacies. However, in Santa Cruz do Sul, that medicine was absent from the pharmacies' shelves for three months, from January to March, 2005. That was the subject matter of the news report broadcast by RBS TV Santa Cruz do Sul, showing the risks that patients undergo when they do not have access to the medicine, and the drama of the ones who were transplanted and did not find it available in the pharmacies. The report also warned to the fact that if the problem was not solved, it could impede the surgery of 100 people who were waiting to undergo a kidney transplant in that region due to the needed medicine not being available for a post-surgical period. On March 21st, following the news report, the 13th Regional Health Coordination Office distributed 140 tablets of the medicine to the pharmacies of Santa Cruz do Sul where 26 patients were in need of it.

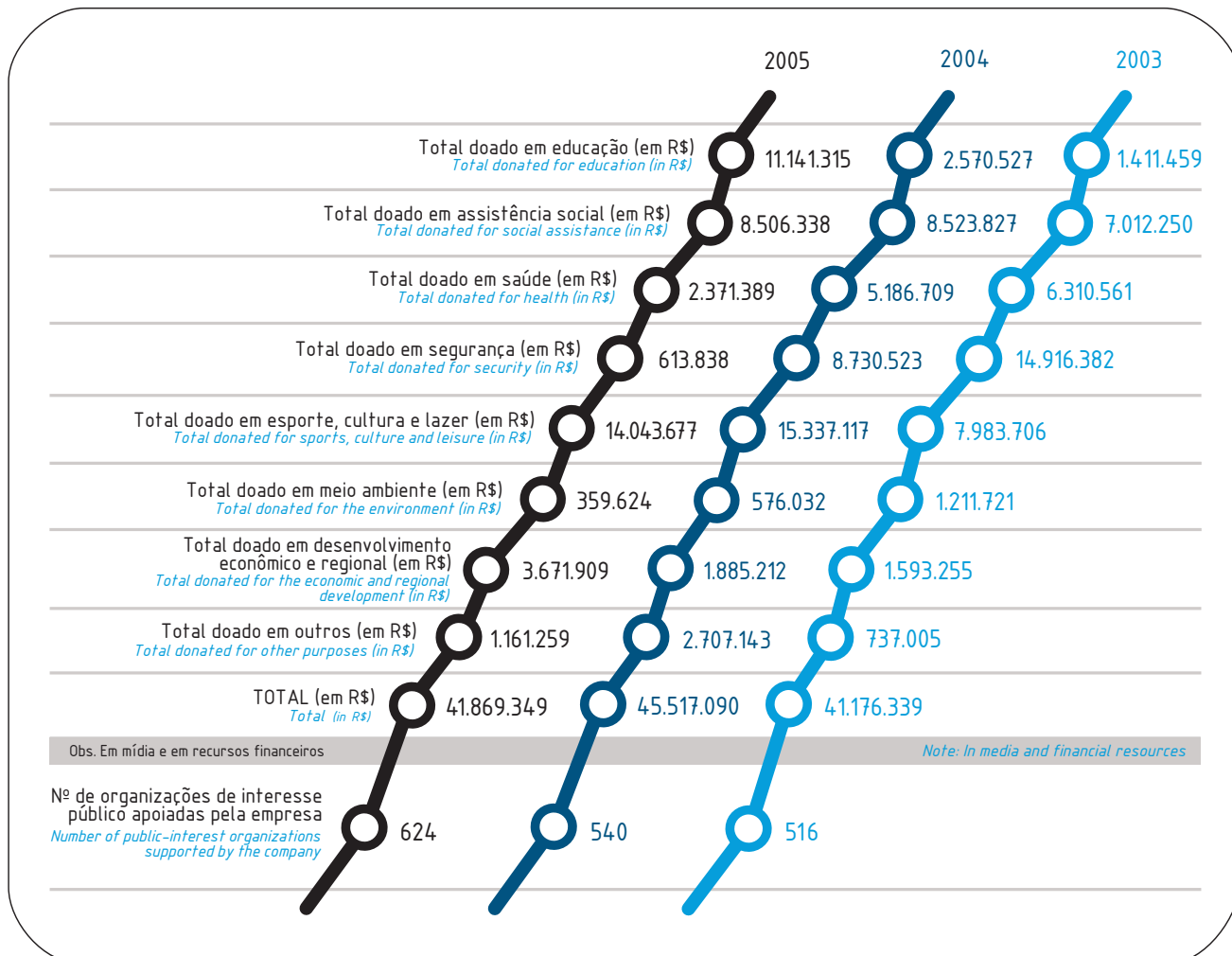
Comunidade

Community



A cada ano que passa, a RBS renova o seu compromisso de estar atenta às necessidades das comunidades onde está presente, buscando contribuir para o desenvolvimento social e comunitário dessas regiões. Em 2005, aproximadamente R\$ 42 milhões foram investidos em média para ações de interesse público. Nesse montante, estão contempladas 624 organizações de interesse público, significando aumento de 15,5% em comparação ao ano anterior.

« *Every year RBS renovates its commitment to devote attention to the needs of the communities in which it operates, seeking to contribute for the social and communitarian development of those regions. In 2005, nearly R\$ 42 million were invested in media towards public-interest actions. Included in that amount are 624 public-interest organizations, which means an increase of 15.5% compared to the previous year.*



Bandeiras Corporativas

Corporate Flagships

Educar é tudo

'Educating is everything' ----->>



Em 2005, a RBS elegeu o tema Educação para a sua bandeira institucional. Durante cerca de seis meses, a campanha institucional "Educar É..." estimulou a discussão sobre a responsabilidade de todos na educação. A mídia, composta por anúncios de jornal, comerciais de TV, jingle de rádio, banner de Internet e outras ações complementares, levou aos diferentes públicos da RBS a mensagem de que "Educar é tudo".

A campanha teve como objetivo provocar um debate sobre o fato de que a educação não pode ficar restrita às escolas. Mostrou que a família tem participação fundamental nesse processo e que toda a sociedade precisa se comprometer com esse tema. Destacou também que a educação está presente nas pequenas atitudes do dia-a-dia, como sorrir e incentivar, como elogiar e dar exemplos, como brincar e estimular tantas outras iniciativas que contribuem para o crescimento da cidadania.

«
In 2005, RBS chose the theme Education as its institutional flagship. During six months, the institutional campaign "Educating Is..." stimulated the discussion about the responsibility of everyone regarding education. The media comprised by newspaper ads, TV commercials, radio jingles, internet banners, and other complementary actions took the message "Educating is everything" to RBS' distinct audiences.

The campaign aimed to raise a debate about the fact that education cannot be restricted to schools. It showed that the family has a fundamental role in that process and that the whole society must be committed to that matter. It also pointed out that education is present in single daily actions such as smiling and incentivating, praising and serving as example, playing and stimulating many other initiatives that contribute for the building up of citizenship.



OS NÚMEROS DA CAMPANHA

The Campaign Figures

MÍDIA DOADA: R\$ 9.724.908,69

Donated Media: R\$ 9.724.908,69

Nº INSERÇÕES TVS: 11.362

TV insertions: 11.362

Nº INSERÇÕES RÁDIOS: 41.351

Radio insertions: 41.351

Nº INSERÇÕES JORNAIS: 171

Newspaper insertions: 171



Campanha pela duplicação da BR-101

Campaign for the duplication of BR-101

A duplicação do trecho sul da BR-101 transformou-se em importante reivindicação de gaúchos e catarinenses diante dos inúmeros acidentes e mortes causados na estrada. No período de 1996 a 2002, 914 mortes foram registradas. Diante desse quadro e mais uma vez comprometida com os interesses das comunidades onde atua, a RBS realizou matérias editoriais em seus diferentes veículos de jornal, rádios, TV e Internet, para chamar a atenção da população e das autoridades governamentais sobre a necessidade de se encontrar uma solução para o problema, e com urgência.

Diante da pressão da sociedade, o Governo Federal liberou os recursos para as obras de duplicação no trecho de Palhoça, em Santa Catarina, a Torres, no Rio Grande do Sul, que já estão em andamento.



The duplication of the south section of BR-101 highway has become an important claim by the people of Rio Grande do Sul and Santa Catarina due to numerous accidents and fatalities that occurred on that road. In the 1996–2002 period, 914 deaths were reported. Aware of the facts and permanently committed to the interests of the communities in which it operates, RBS published editorials in its several distinct vehicles – newspaper, radio, TV and internet–, to draw the population and governmental authorities' attention to the urgency of finding a solution for the problem.

Due to the pressure of the Brazilian society, the Federal Government has released financial resources for the duplication of the road section which goes from Palhoça in Santa Catarina to Torres in Rio Grande do Sul. The work is in progress at the moment.

Doação de mídia para instituições de interesse público

Media Donation for public-interest institutions

Uma das linhas adotadas pela RBS é a doação de mídia para instituições ou programas de interesse público, a fim de contribuir para a melhoria do bem-estar das comunidades onde está presente. Seguem exemplos das realizações em 2005:



One of the lines of action adopted by RBS is media donation for public-interest institutions or programs, with the purpose of contributing for the improvement of people's well-being in the communities. Examples of 2005 achievements are:

Campanha Inverno Sem Fome, do Banco de Alimentos

Unidade: TVCOM Porto Alegre (Rio Grande do Sul)

Investimento: R\$ 529.393,00

O que: Campanha solicitando à comunidade a doação de alimentos. Em 2005, foram doados 843.183 quilos e entregues a instituições carentes.

'Inverno sem Fome' ('Winter without Hunger') campaign, by Banco de Alimentos (Food Bank)

Unit: TVCOM Porto Alegre (Rio Grande do Sul)

Investment: R\$ 529.393,00

What: campaign asking the community to donate food. In 2005, 843,183 kilos of food were donated and delivered to institutions in need.

Campanha Prédios Históricos da UFRGS

Unidade: Zero Hora (Rio Grande do Sul)

Investimento: R\$ 312.180,00

O que: Campanha realizada para mobilizar a comunidade na preservação dos prédios da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. O objetivo é recuperar prédios históricos, possibilitando a valorização de um complexo arquitetônico culturalmente importante para a cidade de Porto Alegre.

'UFRGS' Historical Buildings' Campaign

Unit: Zero Hora (Rio Grande do Sul)

Investment: R\$ 312.180,00

What: Campaign devised to mobilize the community regarding the preservation of the historical buildings of the Federal University of Rio Grande do Sul. The objective is to recover historical buildings, enhancing the status of an architectural complex which is culturally important for Porto Alegre City.

Campanha de Prevenção ao AVC

Unidade: RBS TV Florianópolis (Santa Catarina)

Investimento: R\$ 40.167,00

O que: Campanha realizada pela Universidade Federal de Santa Catarina, com apoio de médicos especializados e de uma clínica médica de Florianópolis, para informar a comunidade sobre os fatores que predisõem ao AVC (Acidente Vascular Cerebral). Pessoas que demonstravam tal predisposição foram convidadas a serem assistidas gratuitamente por uma equipe médica, durante quatro sábados consecutivos. Foram 655 atendimentos, sendo que 39 casos foram diagnosticados. Essas pessoas estão sendo tratadas gratuitamente.

Campaign for the Prevention of CVA

Unit: RBS TV Florianopolis (Santa Catarina)

Investment: R\$ 40.167,00

What: Campaign made by the Federal University of Santa Catarina with the support of specialist doctors from a health care clinic in Florianopolis, to inform the community about the factors which predispose people to CVA (Cerebral Vascular Accident). People who showed such predisposition were invited to be assisted for free by a doctor's team along four consecutive Saturdays. 655 examinations were performed by doctors who diagnosed 39 cases of predisposition to CVA. Those people are being treated for free.

Campanha Sua Ajuda Vale Muito

Unidade: TV Centro-Oeste (Santa Catarina)

Investimento: R\$ 91.629,00

O que: Campanhas de vídeo e a realização de pedágios buscaram a arrecadação de recursos para a compra de um equipamento cirúrgico para o Hospital Infantil Seara do Bem, orçado em cerca de R\$ 200 mil. Foram quatro meses de campanha, resultando na arrecadação de R\$ 30 mil e na mobilização de toda a comunidade, a ponto de fazer com que o Governo do Estado autorizasse a compra do equipamento. O hospital atende gratuitamente 3,5 mil crianças de 99 municípios da região.

Campaign 'Your Help is Worth a Lot' (Sua Ajuda Vale Muito) «

Unit: TV Centro-Oeste (Santa Catarina)

Investment: R\$ 91.629,00

What: Video and blitz campaigns to raise money for the purchase of surgical equipment for the Children's Hospital Seara do Bem, estimated around R\$200 thousand. It was a four-month campaign, resulting in R\$ 30 thousand being amassed and the mobilization of everyone in the community, actions which led the State Government to authorize the purchase of the equipment. The hospital takes care of 3.5 thousand children of 99 municipalities of the region for free.

Construção da sede Centro Oncológico Luciano (CAOL)

Unidade: TV Erechim (Rio Grande do Sul)

Investimento: R\$ 41.761,50

O que: Divulgar a realização de pedágios, jantares e bailes a fim de adquirir recursos para o alojamento que atende, por semana, cerca de 80 pacientes em tratamento de câncer. Foram arrecadados R\$ 19.900,00.

The construction of Centro Oncológico Luciano / Oncologic Center Luciano (CAOL) headquarters

Unit: TV Erechim (Rio Grande do Sul)

Investment: R\$ 41.761,50

What: to divulge blitzes, dinners and balls in order to amass financial resources for the lodging which attends, weekly, about 80 patients undergoing cancer treatment. R\$ 19.900,00 were amassed.

Construção da UTI Pediátrica

Unidade: TV Rio Grande (Rio Grande do Sul)

Investimento: R\$ 11.382,00

O que: Campanha de vídeo para mobilizar a comunidade, buscando a arrecadação de recursos que possibilitassem a construção da UTI Pediátrica da FURG. Como resultado da primeira fase da campanha, as obras foram concluídas. Na próxima fase, o objetivo é comprar equipamentos para a nova unidade do hospital.

Construction of a Pediatrics ICU «

Unit: TV Rio Grande (Rio Grande do Sul)

Investment: R\$ 11.382,00

What: Video campaign to set the community in motion to raise money in order to enable the construction of a Pediatrics ICU at FURG, the local federal university. As a result of the first stage, the construction was completed. In the next phase, the objective is to purchase equipment for the new hospital unit.

Divulgação da Campanha Apadrinhamento Afetivo

Unidade: TV Santa Cruz do Sul (Rio Grande do Sul)

Investimento: R\$ 32.022,00

O que: Em parceria com o Ministério Público, campanha buscou incentivar o apadrinhamento de crianças em situação de vulnerabilidade social.

Advertising of the campaign 'Apadrinhamento Afetivo' (Affective Sponsoring) «

Unit: TV Santa Cruz do Sul (Rio Grande do Sul)

Investment: R\$ 32.022,00

What: In partnership with the Department of Justice, the campaign sought to incentivate the sponsoring of children undergoing social vulnerability.

Lar Emiliano Lopes

Unidade: TV Passo Fundo (Rio Grande do Sul)

Investimento: R\$ 20.000,00

O que: Campanha para ajudar o abrigo que trabalha com pessoas em situação de miséria, doença ou abandono, especialmente crianças. Mais de 300 crianças são beneficiadas mensalmente pela entidade.

Emiliano Lopes Home «

Unit: TV Passo Fundo (Rio Grande do Sul)

Investment: R\$ 20.000,00

What: Aid Campaign on behalf of the shelter which cares for people in a status of misery, illness or abandonment, specially children. More than 300 children benefit from the entity monthly.

Páscoa Solidária

Unidade: Pioneiro (Rio Grande do Sul)

Investimento: R\$ 64.026,17

O que: Campanha realizada pela RBS Caxias resultou na aquisição de 1,2 tonelada de guloseimas em 38 postos de arrecadação espalhados por municípios da região. No total, 2,5 mil crianças de 31 entidades foram beneficiadas.

Solidary Easter «

Unit: Pioneiro (Rio Grande do Sul)

Investment: R\$ 64.026,17

What: Campaign made by RBS Caxias which resulted in the acquisition of 1.2 tons of candies in 38 collection sites spread among the municipalities of that region. A total of 2.5 thousand children of 31 entities were benefited.

Pedágio da APAE

Unidade: TV Criciúma (Santa Catarina)

Investimento: R\$ 9.741,00

O que: Pedágio com a participação de 33 APAEs da Região Sul de Santa Catarina foi realizado a fim de arrecadar recursos que beneficiaram cerca de 2 mil crianças e adolescentes.

APAE Blitz «

Unit: TV Criciúma (Santa Catarina)

Investment: R\$ 9.741,00

What: Blitz with the participation of 33 APAEs ('Parents and Friends of Mentally Disabled Children Association') of Santa Catarina South Region took place with the purpose of gathering financial resources that benefited around 2 thousand children and teenagers.

Pedágio Rede Feminina de Combate ao Câncer

Unidade: TV Blumenau (Santa Catarina)

Investimento: R\$ 53.190,00

O que: Realização de pedágio para arrecadar recursos financeiros, destinados à manutenção e compra de equipamentos e pagamento de exames. A Rede Feminina de Combate ao Câncer necessita de doações para manter suas ações e projetos em atividades.

Blitz Women's Network Against Cancer «

Unit: TV Blumenau (Santa Catarina)

Investment: R\$ 53.190,00

What: Blitz to raise financial resources for the maintenance and purchase of equipment as well as for the payment of medical examinations. The Women's Network Against Cancer needs donations in order to maintain its activities and projects' continuity.

Preservar é Inteligente, Preserve para o Futuro

Unidade: TV Joinville (Santa Catarina)

Investimento: R\$ 72.000,00

O que: O projeto foi desenvolvido a fim de conscientizar a comunidade sobre a importância de conservar, preservar e renovar o meio ambiente.

'Preserving is Intelligent, Preserve for the Future' «

Unit: TV Joinville (Santa Catarina)

Investimento: R\$ 72.000,00

What: The project was developed in order to make the community aware of the importance of maintaining, preserving and renovating the environment.

Projeto Charrua

Unidade: TV Uruguaiana (Rio Grande do Sul)

Investimento: R\$ 11.394,00

O que: Campanha feita em parceria com o 22º GAC do Exército beneficiou cerca de 300 crianças de rua, que passaram a praticar esportes e a auxiliar em atividades diversas, além de receber alimentação e cuidados com a saúde.

Charrua Project «

Unit: TV Uruguaiana (Rio Grande do Sul)

Investment: R\$ 11,394,00

What: Campaign in partnership with the Army's 22nd. GAC benefited around 300 street-children who started to practice sports and to help in several activities, in addition to receiving food and healthcare.

Projeto Multipalco do Theatro São Pedro

Unidade: RBS TV Porto Alegre (Rio Grande do Sul)

Investimento: R\$ 1.088.669,00

O que: Campanha estimulou a comunidade a realizar doações em dinheiro para a construção do complexo cultural destinado às artes de palco junto ao Theatro São Pedro, oferecendo ao público um espaço para entretenimento, lazer e formação artística. As obras estão em andamento desde 2003.

Multi-stage Project of Theatro São Pedro «

Unit: RBS TV Porto Alegre (Rio Grande do Sul)

Investment: R\$ 1.088.669,00

What: Campaign that stimulated the community to give donations in cash for the construction of a cultural complex aimed to stage arts next to Theatro São Pedro, offering to the audience a space for entertainment, leisure and artistic education. The construction has been in progress since 2003.

Santa Casa de Bagé

Unidade: TV Bagé (Rio Grande do Sul)

Investimento: R\$ 11.403,25

O que: Divulgação de campanhas realizadas em benefício da Santa Casa de Bagé, como pedágios, almoços e desfiles, entre outros. Os recursos financeiros arrecadados somaram R\$ 42.314,50 e foram destinados a reformas de algumas alas do hospital.

Santa Casa in Bagé city «

Unit: TV Bagé (Rio Grande do Sul)

Investment: R\$ 11.403,25

What: divulging of campaigns made on behalf of Santa Casa de Bagé, city charity hospital, such as blitzes, lunches, and fashion shows, among others. The amassed financial resources amounted to R\$ 42.314,50 and were destined to the renovation of some wings of the hospital.

As 10 instituições de interesse público que mais receberam apoio de mídia da RBS em 2005:

The 10 public-interest institutions that received more RBS' media support in 2005:

INSTITUIÇÃO APOIADA <i>Institution supported</i>	MÍDIA DOADA R\$ <i>Donated Media (R\$)</i>
● THEATRO SÃO PEDRO	2.413.572,92
● FUNDAÇÃO MAURÍCIO SIROTSKY SOBRINHO	2.360.937,30
● CONFEN	933.899,95
● BANCO DE ALIMENTOS	883.174,17
● PACTO	602.536,80
● INSTITUTO PESTALOZZI	438.953,00
● FUNDAÇÃO BIENAL DO MERCOSUL	410.208,00
● ADVB	403.817,00
● KINDER	324.846,00
● FEIRA DO LIVRO	319.521,50

A doação de mídia dos veículos da RBS:

RBS' vehicles media donation:

TV

UNIDADES DE NEGÓCIO <i>Business Units</i>	MÍDIA DOADA R\$ <i>Donated Media (R\$)</i>
● TOTAL TV	33.410.546,19
● TV PORTO ALEGRE	13.004.528,38
● TV FLORIANÓPOLIS	2.364.076,89
● TVCOM PORTO ALEGRE	2.096.561,33
● TV BLUMENAU	2.051.492,50
● TV CRICIÚMA	2.039.904,00
● TV JOINVILLE	1.431.528,00
● TV SANTA ROSA	1.314.437,55
● TV CRUZ ALTA	1.173.987,58
● TV SANTA MARIA	1.051.431,25

TV

UNIDADES DE NEGÓCIO

Business Units

MÍDIA DOADA R\$

Donated Media (R\$)

● TV CAXIAS DO SUL	1.046.251,15
● TV SANTA CRUZ	902.642,00
● TV JOAÇABA	878.460,50
● TV ERECHIM	740.504,50
● TV PASSO FUNDO	671.741,00
● TV PELOTAS	655.660,25
● CANAL RURAL	469.735,00
● TV URUGUAIANA	468.929,39
● TV CHAPECÓ	440.729,50
● TV RIO GRANDE	381.263,07
● TV BAGÉ	226.682,35

UNIDADES DE NEGÓCIO

Business Units

MÍDIA DOADA R\$

Donated Media (R\$)

● TOTAL RÁDIOS	4.073.135,76
● RÁDIO CBN FLORIANÓPOLIS	130.803,00
● RÁDIO ATLÂNTIDA PASSO FUNDO	108.030,00
● RÁDIO ATLÂNTIDA CHAPECÓ	103.883,70
● RÁDIO ATLÂNTIDA SANTA MARIA	95.787,00
● RÁDIO ITAPEMA CAXIAS DO SUL	74.556,00
● RÁDIO ATLÂNTIDA BLUMENAU	72.364,50
● RÁDIO ATLÂNTIDA CAXIAS DO SUL	69.176,00
● RÁDIO ATLÂNTIDA FLORIANÓPOLIS	59.053,00
● RÁDIO ATLÂNTIDA JOINVILLE	48.242,00

RÁDIO

Radio

CONTINUA CONTINUE ➔

UNIDADES DE NEGÓCIO

Business Units

MÍDIA DOADA R\$

Donated Media (R\$)

● RÁDIO GAÚCHA	522.653,00
● RÁDIO ATLÂNTIDA PORTO ALEGRE	504.392,00
● RÁDIO FARROUPILHA	443.239,00
● RÁDIO ITAPEMA PORTO ALEGRE	365.484,80
● RÁDIO METRÔ	280.238,40
● RÁDIO CIDADE	264.935,00
● RÁDIO CBN PORTO ALEGRE	235.384,00
● RÁDIO ATLÂNTIDA PELOTAS	225.787,60
● RÁDIO ITAPEMA JOINVILLE	148.392,00
● RÁDIO ATLÂNTIDA RIO GRANDE	144.052,20
● RÁDIO ATLÂNTIDA SANTA CRUZ	141.357,36
● RÁDIO ATLÂNTIDA TRAMANDAÍ	18.529,20
● RÁDIO RURAL	16.796,00

RÁDIO*Radio*

UNIDADES DE NEGÓCIO

Business Units

MÍDIA DOADA R\$

Donated Media (R\$)

● TOTAL JORNAIS / INTERNET	2.933.424,96
● ZERO HORA	1.703.921,00
● CLICRBS	409.115,06
● DIÁRIO CATARINENSE	323.981,80
● PIONEIRO	221.743,12
● JORNAL DE SANTA CATARINA	140.317,03
● DIÁRIO GAÚCHO	100.897,95
● DIÁRIO DE SANTA MARIA	33.449,00

JORNAL*Newspaper***INTERNET**

Funcrriança

Funcrriança

Durante os anos de 2004 e 2005, os colaboradores da RBS se mobilizaram na captação de recursos para a construção de uma sede para o Centro Infantil Renascer da Esperança, organização não-governamental que atende 240 crianças e adolescentes no Bairro Restinga, em Porto Alegre. A iniciativa partiu da presidência da empresa e contou com apoio da Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho (FMSS), estimulando a prática do voluntariado por parte dos funcionários da rede. A mobilização gerou um resultado bastante significativo: por meio do Fundo da Criança e Adolescente de Porto Alegre (Funcrriança), R\$ 126 mil foram antecipados do Imposto de Renda dos colaboradores da RBS e repassados para a realização da obra. A RBS também doou mais R\$ 100 mil, fazendo com que os recursos repassados à instituição somassem R\$ 226 mil.

A partir dessa experiência, foi criado um site na intranet da RBS com indicações para doações nos Fundos Municipais da Criança e Adolescente nas 18 cidades onde a rede tem sede. A ferramenta possibilita que doações sejam feitas por meio da antecipação do Imposto de Renda e dá total autonomia para que o funcionário da empresa escolha o projeto que mais lhe agrada, além de estimular a prática do voluntariado. A última Pesquisa de Clima Organizacional realizada pela RBS, em 2004, mostrou que um terço dos funcionários realizam atividades voluntárias.

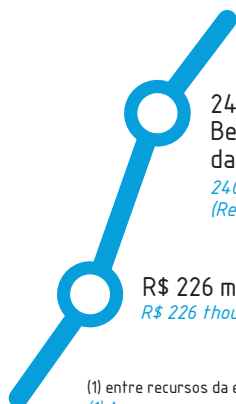
«

Along the years 2004 and 2005, RBS' human resources mobilized themselves in order to amass financial resources for the construction of the Children's Center Renascer da Esperança headquarters. The Center is an NGO which cares for 240 children and teenagers in Restinga neighborhood in Porto Alegre. The initiative was originated at the presidency of the company with the support of Mauricio Sirotsky Sobrinho Foundation (FMSS), stimulating the network's employees to do voluntary work. The mobilization generated a very significant result: through the Children and Adolescent's Fund of Porto Alegre City (Funcrriança), R\$ 126 thousand were donated by a group of RBS' employees as part of their income tax due. RBS also added R\$ 100 thousand to the donation, thus the total resources donated to the institution amounted to R\$ 226 thousand.

From that experience, it was created a site on the RBS' intranet with nominations for donations to those funds, in 18 cities where the network is located. The tool enables donations to be made through the income tax due and gives total autonomy for the company's employee to choose his or her favorite project, in addition to stimulating the practice of voluntary work. The last Organizational Environment Research made by RBS in 2004, showed that one-third of the employees do voluntary work.

OS NÚMEROS DO FUNCRRIANÇA

Funcrriança Figures



240 Crianças e Adolescentes Beneficiados (Creche Renascer da Esperança)

240 Children and Teenagers benefited (Renascer da Esperança Day Care Center)

R\$ 226 mil mobilizados (1)

R\$ 226 thousand mobilized (1)

(1) entre recursos da empresa e dos colaboradores
(1) Among company and employee's resources



Projetos Culturais

Cultural Projects



A RBS busca reforçar os laços que a ligam com as comunidades onde atua também na medida em que investe no apoio a projetos culturais. São ações que já se tornaram referência no cenário regional, consolidadas em iniciativas anuais, como Fato Literário e Histórias Curtas, ou bianual, como o Salão Jovem Artista – projetos desenvolvidos em parceria com o Governo do Estado do Rio Grande do Sul e com o Bannisul.

«

RBS seeks to strengthen its bonds with the communities in which it operates, by investing in support to cultural projects. Those actions are already a reference in the regional scenario, consolidated through yearly initiatives, such as the Literary Fact and Short Stories, or biannually such as the Young Artist Salon – projects which are developed in partnership with the State Government of Rio Grande do Sul and Bannisul (the State owned bank).

Fato Literário

Ao ser realizada sua terceira edição, em 2005, o Fato Literário reafirmou a vocação de ser um prêmio que busca, além do reconhecimento, o fomento da produção literária do Rio Grande do Sul. Dessa vez, o júri popular elegeu como vencedor a Feira do Livro em Braille, com 79% dos votos. Já o júri oficial, composto por mais de 50 personalidades, escolheu os 20 anos da Oficina de Criação Literária da PUCRS, por sua atuação no ensino da técnica literária, no incentivo ao interesse pelas letras e pelo lançamento de novos talentos durante duas décadas.

Literary Fact «

When it took place in 2005, the Literary Fact reinforced its vocation of being an award devised not only for recognition, but also for the improvement of the literary production in Rio Grande do Sul. That time the popular jury elected as winner the Book Fair in Braille, with 79% of the votes. The official jury, composed by more than 50 personalities, chose the 20 years of Literary Creative Writing Workshop of PUCRS, for its activities regarding the teaching of literary techniques, incentivating the interest of people for literature and the launch of new talents, during two decades.



Histórias Curtas

Já na quinta edição, o prêmio Histórias Curtas mais uma vez mostrou sua inserção consolidada junto aos profissionais do mercado audiovisual gaúcho. O projeto começou em março, com 71 inscrições, entre as quais oito roteiros foram selecionados. Os escolhidos receberam prêmio em dinheiro para que produzissem seu curta, exibido na RBS TV e TVCOM. Em 2005, um júri popular elegeu como vencedor, através de votação na Internet, o episódio "Reencontro". O júri oficial escolheu o curta "Foi onde Deu pra Chegar de Bicicleta".

Short Stories

In its fifth edition, the Short Story Award showed it is a hallmark among the professional people of the audiovisual market of Rio Grande do Sul. The project was started in March, with 71 applicants. Among them eight screenplays were selected. The chosen ones were awarded in cash so that they could produce their movie that was later showed on RBS TV and TVCOM. In 2005, a popular jury elected as winner, through an Internet election, the episode "Reencontro" ("Meeting Again"). The winner, according to the official jury, was the movie "Foi onde Deu pra Chegar de Bicicleta" (It was Where We Could Get by Bicycle).



Salão Jovem Artista

O Salão Jovem Artista é um concurso que abre espaço para os talentos iniciantes nas artes plásticas, que se expressam através da utilização das mais diferentes técnicas, como desenho, pintura, gravura, escultura, cerâmica, fotografia e outras, de forma unificada, sem classificação por categorias, premiando as obras de acordo somente com sua qualidade artística. O evento voltou a ser realizado em 2004, com 681 inscritos em todo o Rio Grande do Sul. Em 2006, o Salão Jovem Artista terá sua 19ª edição.

Young Artist Salon

The Young Artist's Salon is a contest that opens space for the fine-arts novice talents by the use of the most diverse techniques, such as design, painting, engraving, sculpture, ceramics, photography, and others, having no division by categories, and awarding works according to its artistic quality only. The event was resumed in 2004, with 681 applicants throughout the state of Rio Grande do Sul. In 2006, the Young Artist's Salon will be in its 19th edition.

Projetos Apoiados

Projetos culturais desenvolvidos em comunidades nas quais a RBS está presente também recebem apoio da empresa. Iniciativas como a Jornada de Literatura de Passo Fundo, a construção do Multipalco Theatro São Pedro, a Feira do Livro de Porto Alegre e o Prêmio de Inclusão Cultural fazem parte dessa orientação. Outra forma de apoio é encontrada nos jornais Zero Hora, Diário Catarinense, Jornal de Santa Catarina e Pioneiro, que oferecem aos usuários do Cartão do Clube do Assinante descontos de até 50% em espetáculos artísticos.

Supported Projects

Cultural projects developed in communities covered by RBS are also supported by the company. Initiatives such as Passo Fundo Literary Event, the Multi-Stage project of Theatro Sao Pedro, Porto Alegre Book Fair, and the Cultural Inclusion Award are part of such orientation. Another way to give support is found in the newspapers Zero Hora, Diário Catarinense, Jornal de Santa Catarina, and Pioneiro, that offer to their users the Subscriber Card with discounts up to 50% in artistic shows.





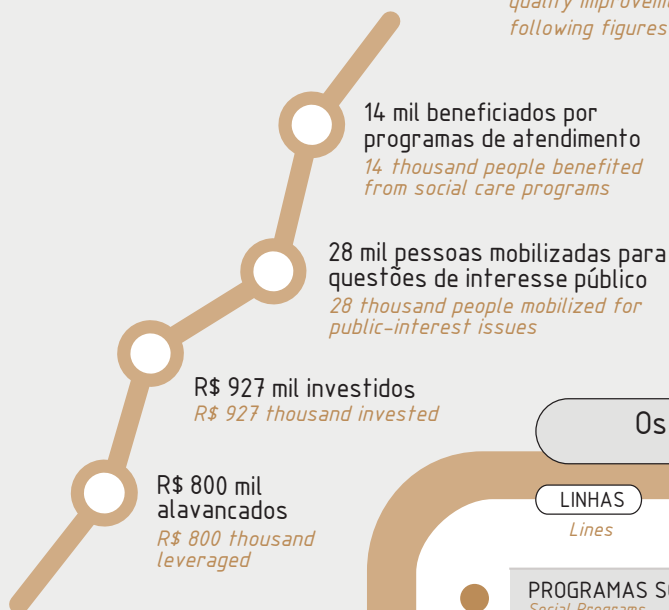
Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho

Maurício Sirotsky Sobrinho Foundation

Sempre preocupada em transformar realidades, a Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho (FMSS) desenvolveu ações de mobilização e cooperação para garantir os direitos sociais básicos de gaúchos e catarinenses ao longo de 2005. Há 19 anos, a FMSS vem trabalhando em sinergia com a sua mantenedora, a RBS, com o objetivo de contribuir para a melhoria da qualidade de vida nas regiões onde está presente. Os resultados desse trabalho podem ser observados também em números:



« *Always devoted to change realities, Mauricio Sirotsky Sobrinho Foundation (FMSS) developed activities for mobilization and cooperation throughout 2005, in order to guarantee the basic social rights of people in Rio Grande do Sul and Santa Catarina. For 19 years, FMSS has been working in synergy with its patron, RBS, with the objective of contributing for life quality improvement in the regions in which it operates. The following figures are representative of its attainments:*



Os Investimentos

The Investments

LINHAS <i>Lines</i>	VALORES (EM R\$) <i>Amounts (in R\$)</i>
PROGRAMAS SOCIAIS <i>Social Programs</i>	144.829,68
CUSTEIO <i>Costing</i>	657.302,19
SUBTOTAL <i>Subtotal</i>	802.131,87
INVESTIMENTO EM ATIVOS <i>Investment in Assets</i>	125.245,00
TOTAL <i>Total</i>	927.376,87

Portal Social

Portal Social



Em 2005, o Portal Social (www.portalsocial.org.br) se transformou no projeto de maior ineditismo da FMSS. Com o apoio financeiro do Instituto Nestor de Paula e da Fundação AVINA e também com apoio técnico do clicRBS, o portal tem o objetivo de aproximar investidores de projetos sociais. Por meio dessa ferramenta, instituições ganham visibilidade na Internet, apresentando seus trabalhos, além de terem a possibilidade de receber doações online de internautas.

No primeiro ano de existência do Portal Social, mais de 450 projetos foram inscritos. Todos passaram por dois momentos de avaliação. No primeiro, foram analisados por comitês locais, formados por lideranças sociais em cada um dos 18 municípios do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina onde a RBS está fisicamente presente. Depois, foram avaliados por comitês estaduais, um em cada Estado, a fim de validar as escolhas feitas nos comitês. Critérios como público-alvo, equilíbrio temático e capilaridade geográfica foram adotados nos dois processos para que a representatividade de diferentes setores da sociedade civil organizada fosse garantida.

Ao final, 155 projetos foram selecionados. Eles participam do Portal Social por um período de dois anos. No Portal, são apresentados os objetivos do projeto, a organização responsável, imagens e notícias do trabalho que está sendo realizado.

Durante o processo de implementação do Portal Social, os veículos da RBS atuaram de forma integrada, a fim de divulgar a ferramenta. Destaque foi dado à campanha de mobilização e captação de recursos, enfatizando a seriedade das instituições participantes, a consistência e a relevância dos projetos selecionados e os aspectos relacionados com a funcionalidade e a segurança do site.



“

In 2005, the Portal Social (www.portalsocial.org.br) became the most original project of FMSS. With financial support by Instituto Nestor de Paula and AVINA Foundation, also counting on professional support by clicRBS, the portal is aimed to approach investors to social projects. Through such a tool, institutions gain visibility on the Internet by displaying their achievements, in addition to being eligible to receive Web browsers' donations online.

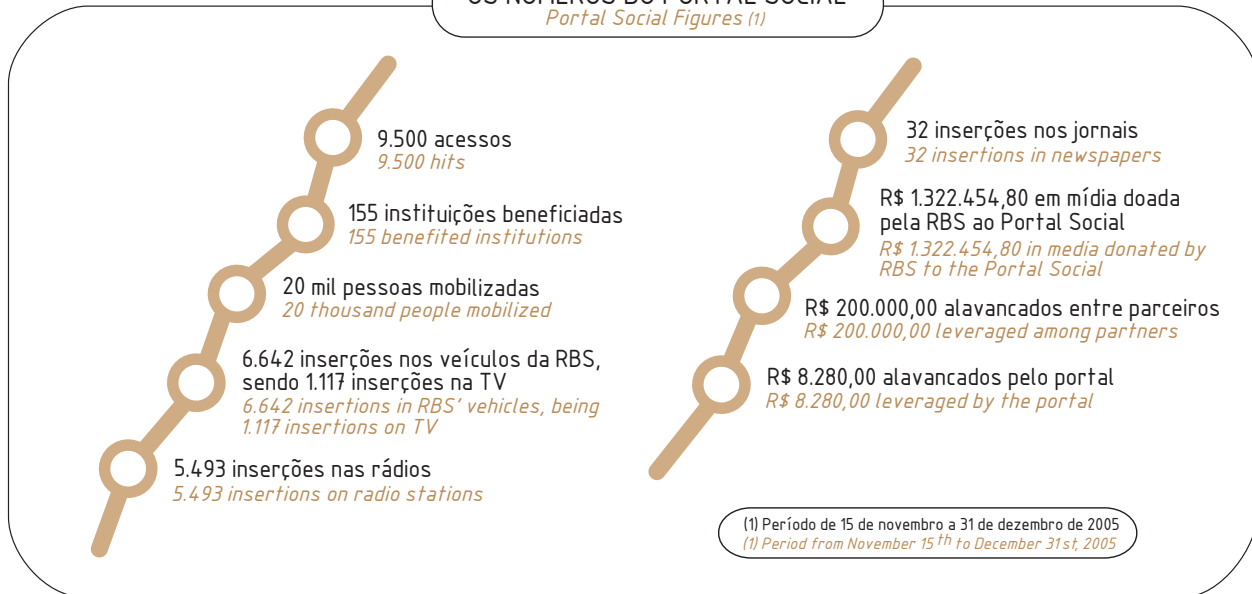
Over 450 projects were enrolled onto the Portal Social along its first year of operations. All of those projects were assessed in two stages. At first, they were analyzed by local committees composed of social leaders from each one of the 18 municipalities of Rio Grande do Sul and Santa Catarina in which RBS has offices. Later, they were assessed by State committees, one in each State, in order to validate the former committees' choices. Criteria such as target-audience, theme consistency, and geographical capillarity were adopted in both processes so that the representativity of distinct sectors of the organized society was assured.

Eventually, 155 projects were selected. They took part in the Portal Social for a period of two years. The project's goals and company in charge as well as images and news about the ongoing work are invariably presented on that site.

During the Portal Social's implementation process, RBS' vehicles worked in tandem in order to divulge the new tool. The mobilization and financial-raising campaign were outstanding, emphasizing the seriousness of the participant institutions, the consistency and relevance of the selected projects as well as the aspects related to the functionality and security of the website.

OS NÚMEROS DO PORTAL SOCIAL

Portal Social Figures (1)



Programa Fundo do Milênio para a Primeira Infância

Millennium Fund on Behalf of Early Childhood

O Programa Fundo do Milênio para a Primeira Infância surgiu em 2003 para criar novas oportunidades, tanto no presente quanto no futuro, a crianças de 0 a 6 anos de idade. Iniciativa da FMSS, da Unesco e do Banco Mundial, o projeto busca contribuir para uma educação de qualidade, capaz de garantir aos meninos e às meninas a possibilidade de brincar e aprender, de ampliar seu universo cultural, de se socializar e construir valores positivos.

Os principais objetivos do Programa são, além de qualificar o atendimento prestado por creches comunitárias, capacitar professores e dirigentes das escolas infantis selecionadas. Por isso, há também a preocupação de viabilizar a aquisição de materiais pedagógicos e equipamentos, por meio da instalação de uma nova tecnologia social: as mesas educadoras instaladas nos municípios onde o programa é aplicado.

As mesas educadoras são um espaço de trabalho e de aprendizagem permanente para os recursos humanos das instituições de educação infantil. Funcionam como uma forma de treinamento e de formação presencial, sob a orientação de um profissional com dedicação exclusiva, preparado para desenvolver atividades junto a educadores de creches e pré-escolas comunitárias ou filantrópicas. As mesas contam com o apoio de um conselho consultivo local, formado por organizações não-governamentais, empresas e secretarias municipais de educação. O objetivo é encontrar soluções criativas e compartilhar compromissos para viabilizar o funcionamento do espaço.

«

Fundo do Milênio para a Primeira Infância was a program devised in 2003 to create new opportunities in the present and for the future, for children 0-6 years old. An initiative by FMSS, Unesco, and the World Bank, the project seeks to contribute for a quality education, capable to guarantee to both, boys and girls, the possibility to play and learn, to broaden their cultural universe, to socialize and build positive values.

Chief aims of the Program are: to qualify the care provided by the communitarian day care centers as well as teachers and headmasters of the selected children's schools. For this reason, there is also a concern about making viable the acquisition of teaching materials and equipment, by installing a new social technology: the 'Mesas Educadoras' ('Educating Desks') installed in the municipalities where the program is applied.

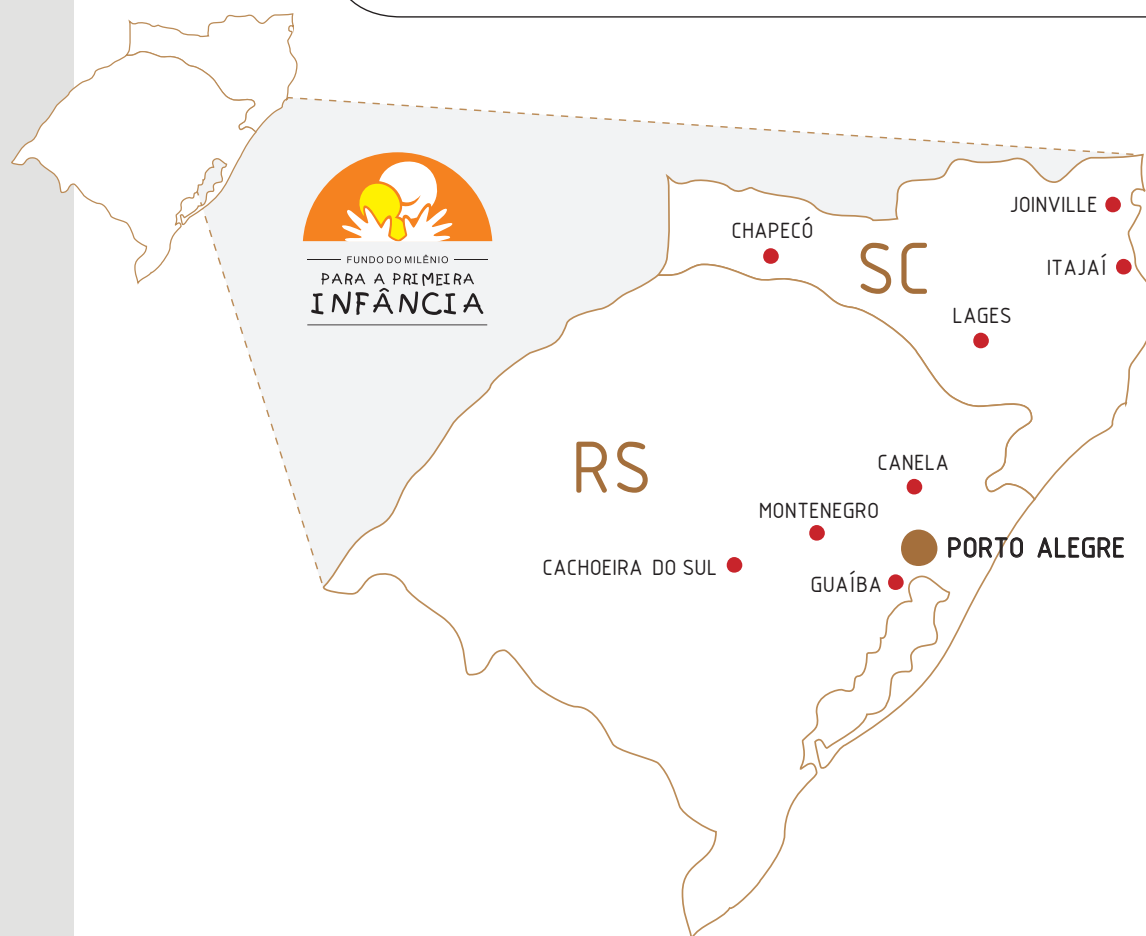
The 'Mesas Educadoras' are permanent activities and learning spaces aimed at the human resources of the children's education institutions. It works as a type of training and on-site presence education, under the advisory of a professional educator totally dedicated to the program, and who is prepared to develop activities for educators working at communitarian day care centers, pre-school or philanthropic entities. The 'Mesas' count on the support of a local consultancy board, composed by non-governmental organizations, companies and municipal offices of education. The objective is to find creative solutions and share commitment in order to make viable the project.

Municípios com Mesas Educadoras em 2005

Em 2005, as nove mesas educadoras existentes no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina totalizaram aproximadamente 3.240 horas de formação e concluíram o primeiro ciclo do Programa.

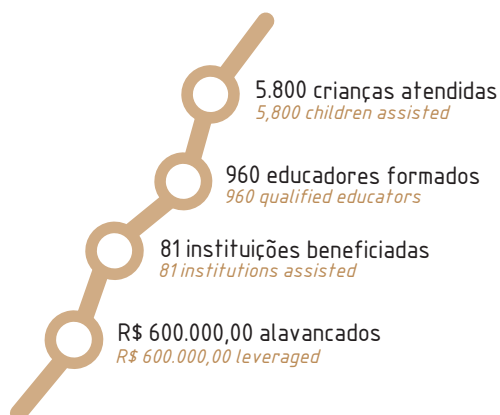
Municipalities with 'Mesas Educadoras' in 2005

In 2005, the nine 'Mesas Educadoras' of Rio Grande do Sul and Santa Catarina amounted nearly 3,240 hours of education, thus completing the first cycle of the Program.



OS NÚMEROS DO PROGRAMA FUNDO DO MILÊNIO PARA A PRIMEIRA INFÂNCIA

'Fundo do Milênio para a Primeira Infância' Figures



Outras Iniciativas da Fundação

Other Initiatives of the Foundation

A FMSS também está presente em outros projetos e ações, ao lado de diferentes instituições da sociedade civil organizada.

«

FMSS is also present in other projects and actions, along with different institutions of the organized civil society.

Rede ArteCidadania

A iniciativa nasceu em 2001. Com o apoio estratégico do Instituto Ayrton Senna, foi criada para promover o contato entre integrantes de organizações não-governamentais que trabalham a arte como instrumento de transformação social. A Rede ArteCidadania, atualmente, atua em parceria com as Fundações Franklin Cascaes e Catarinense de Cultura, Sesc, Grupo Africatarina, Projeto Música & Cidadania e Irmandade do Divino Espírito Santo (IDES). Realiza uma série de atividades, mostrando que a arte é excelente meio para implementar ações educativas e de desenvolvimento humano.

Rede ArteCidadania (ArtCitizenship Network) «

This initiative was born in 2001. With the strategic support of Ayrton Senna Institute, it was created to promote a contact between people who are part of non-governmental organizations and who work with art as a tool for social change. Rede ArteCidadania currently works in tandem with Franklin Cascaes and Catarinense de Cultura Foundations, Sesc, Africatarina Group, Music & Citizenship Project and Divino Espírito Santo Brotherhood (IDES). It promotes a series of activities, showing that art is excellent means for educational actions and human development as well.

Jornada Estadual contra a Violência e a Exploração Sexual de Crianças e Adolescentes no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina

A FMSS, juntamente com o Ministério Público, as Assembléias Legislativas do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina e o Fórum Catarinense pelo Fim da Violência e da Exploração Sexual Infanto-Juvenil, lidera um movimento que conta com cerca de 25 organizações não-governamentais com o objetivo de orientar a população sobre como combater esse problema social. Por meio das Jornadas, em 2005, foram mobilizados mais de 5 mil profissionais ligados ao tema em cerca de 20 municípios gaúchos e catarinenses. Dentro do contexto da campanha institucional da RBS "O Amor é a Melhor Herança. Cuide das Crianças", lançada em 2003, a empresa ajudou a fortalecer o movimento contra a violência e a exploração sexual de crianças e adolescentes.

State Conference against Violence and the Sexual Exploitation of Children and Teenagers in Rio Grande do Sul and Santa Catarina «

FMSS, along with the Department of Justice and the Legislative Assembly of Rio Grande do Sul and Santa Catarina, as well as Santa Catarina Forum for the End of Violence and Young-Infant Sexual Exploitation, lead a movement which counts on about 25 non-governmental organizations with the objective of giving guidelines to the population on how to fight against such social problem. Through the Conferences in 2005, more than 5 thousand professional people working on the matter were mobilized in 20 municipalities of Rio Grande do Sul and Santa Catarina. In the context of RBS' institutional campaign "Love is the Best Inheritance. Care for the Children", launched in 2003, the company helped to strengthen the movement against violence and the sexual exploitation of children and teenagers.



Prêmio Direitos Humanos

Instituído pela Comissão de Cidadania e Direitos Humanos da Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul, Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) e FMSS, a 8ª edição do Prêmio Direitos Humanos homenageou pessoas e organizações não-governamentais que se destacaram em 2005.

Human Rights Award «

Established by the Citizenship and Human Rights Committee of the Legislative Assembly of Rio Grande do Sul, Unesco, and FMSS, the 8th edition of the Human Rights Award honored people and non-governmental organizations that were highlights in 2005.



Prêmio Exemplo Voluntário

Iniciativa do Instituto Voluntários em Ação, em Santa Catarina, com o apoio da FMSS, o Prêmio Exemplo Voluntário agraciou 27 pessoas que desenvolveram ações sociais e voluntárias para a comunidade catarinense. O projeto conta também com o apoio do escritório estadual de Santa Catarina do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e do SESC de Santa Catarina.

Volunteer Model Award «

Initiative by the Instituto Voluntários em Ação ('Voluntaries in Action Institute'), in Santa Catarina, with the support of FMSS, the Volunteer Model Award was granted to 27 people who developed social and volunteering activities on behalf of communities in Santa Catarina. The program also has the support of the State office of Santa Catarina, the United Nations for Development Program (PNUD) and SESC Santa Catarina.



Apoio a outras Organizações

A FMSS também participa e contribui para diversas causas de relevância e interesse público, estando presente ou representada em diferentes projetos ou instituições.

Support to other organizations «

FMSS also participates in and contributes to several relevant and public-interest causes, being present or represented in distinct projects or institutions.

Instituição / Projeto
Institution / Project

ESTADO

State

Aviso por Maus-Tratos contra a Criança ou Adolescente (APMT) <i>'Notice of Mistreating against Children and Teenagers'</i>	SANTA CATARINA
Associação Rio-Grandense de Fundações (ARF) <i>'Association of Foundations of Rio Grande do Sul'</i>	RIO GRANDE DO SUL
Banco de Alimentos do Rio Grande do Sul <i>'Food Bank of Rio Grande do Sul'</i>	RIO GRANDE DO SUL
Comitê Estadual de Desenvolvimento Integral para a Primeira Infância (Cedipi) <i>'State Committee for the Full Development of Early Childhood'</i>	RIO GRANDE DO SUL
Comitê Setorial do Desenvolvimento Social do Programa Gaúcho de Qualidade e Produtividade <i>'Sectorial Committee of Social Development of the Quality & Productivity Program of Rio Grande do Sul'</i>	RIO GRANDE DO SUL
Conselho Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente - Cedica/RS <i>'State Council of the Rights of Children and Teenagers'</i>	RIO GRANDE DO SUL
Fórum Estadual dos Direitos da Criança e do Adolescente/SC <i>'Children and Teenagers' Rights State Forum'</i>	SANTA CATARINA
Fundação Pró HPS <i>'Foundation Pro-HPS (local ER Hospital)'</i>	RIO GRANDE DO SUL
Grupo de Trabalho e Mobilização para um Novo Marco Fiscal do Terceiro Setor/RS <i>'Working Group for a New Fiscal Framework for the Third Sector'</i>	RIO GRANDE DO SUL
Prêmio Responsabilidade Social da Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul <i>'Social Responsibility Award of the Legislative Assembly of Rio Grande do Sul'</i>	RIO GRANDE DO SUL



Fundador

Founder

Maurício Sirotsky Sobrinho (1925-1986)

Conselho de Administração

Board of Directors

Presidente

Chairman

Jayme Sirotsky

Vice-presidente

Vice-chairman

Fernando Ernesto Corrêa

Conselheiros

Members

Nelson Sirotsky

Marcelo Sirotsky

Carlos Eduardo Schneider Melzer

Pedro Sirotsky

Cláudio Thomaz Lobo Sonder

David Casimiro Moreira

Oscar de Paula Bernardes Neto

Diretoria Executiva

Executive Committee

Presidente

President and Publisher

Nelson Sirotsky

Vice-Presidente Executivo

Chief Executive Officer

Pedro Parente

Vice-Presidente Televisão

Chief Operating Officer Television

Afonso Motta

Vice-Presidente Jornais e Rádio

Chief Operating Officer Newspapers and Radio

Geraldo Corrêa

Vice-Presidente Internet e Inovação

Chief Operating Officer Internet and Innovation

Sílvia Nora B. de Jesus

Diretor Executivo de Gestão

Chief Administrative Officer

Antonio Tigre

Diretor Executivo de Finanças

Chief Financial Officer

Eduardo Damasceno Ferreira

Endereço Corporativo

Corporate Address

Av. Erico Verissimo, 400
Azenha – Porto Alegre RS – Brasil

CEP 90160-180

Fone: (51) 3218.4040

www.rbs.com.br

Conselho de Curadores

Board of Trustees

Presidente

Chairman

Jayme Sirotsky

Conselheiros

Members

Afonso Motta
Eduardo Kroeff Machado Carrion
Elaine Axelrud
Ione Pacheco Sirotsky
João Carlos Silveiro
Pedro Sirotsky
Léo Voigt
Lúcia Dellagnelo
Marlova Jovchelovitch Noletto
Nelson Sirotsky



FUNDAÇÃO
MAURÍCIO
SIROTSKY
SOBRINHO

Diretoria

Management Board

Presidente

President

Nelson Sirotsky

Gerente Executivo

General Manager

Alceu Terra Nascimento

Coordenador da Área de Cooperação Técnica e Financeira

Technical and Financial Cooperation Sector Coordinator

Jeferson dos Santos

Coordenador de Responsabilidade Social

Corporate Social Responsibility Coordinator

Márcio Mostardeiro

Coordenador do Escritório de Santa Catarina

Coordinator – Santa Catarina Office

Miguel Minguillo

Rio Grande do Sul

Av. Erico Verissimo, 400 – 3º Andar
Porto Alegre – RS – CEP 90160-180
Fone: (51) 3218.6474 e 3218.6472
Fax: (51) 3218.6488

fundacao@fmss.org.br
www.fmss.org.br

Santa Catarina

Av. Desembargador Pedro Silva, 2958
Florianópolis – SC – CEP 88020-420
Fone: (48) 3216.3090
Fax: (48) 3216.3091

fmsssc@rbs.com.br

Consolidação das informações contábeis do Relatório Anual e do Relatório Social
Corporativo 2005 da RBS – Ibanor Polesso CRC/RS – 036210/05

*Consolidated accounting data of RBS' Annual Report and Social Report 2005: Ibanor
Polesso – Accountant – Regional Accountancy Council Reg. Nr. CRC/RS – 036210/05*

Coordenação Geral

General Coordination

Diretoria de Marketing Corporativo

Corporate Marketing

Coordenação de Conteúdo

Content Coordination

Diretoria de Marketing Corporativo e

Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho

Corporate Marketing and

Maurício Sirotsky Sobrinho Foundation

Coordenação Editorial

Editorial Coordination

RBS Publicações

Edição de Textos

Text Editing

Cláudia Coutinho

Design Gráfico

Graphic Design

Flávio Wild

Versão em Inglês

English Version

EskConsulting

Fotos

Photos

Arquivo RBS Jornais

RBS Newspapers' bank of images

Revisão

Proofreading

Português/*Portuguese*

Henrique Erni Gräwer

Inglês/*English*

Gislaine Sandri / EskConsulting

Pré-impressão, acabamento e Impressão

Pre-press, binding and printing

Gráfica Nova Prova

Editado no outono de 2006. Texto composto em Fonte Isocpeur e impresso em Cartão Supremo 240 g/m² (capas) e Offset 115g/m² (miolo).

Edited in June of 2006. Composed in Fonte Isocpeur, printed in Cartão Supremo 240 g/m² (covers) and OffSet 115g/m² (body).