



100
ANOS DE GLOBO



2024 Relatório ESG

Fazer diferença
todo dia.

Sumário

Sobre este
relatório

Conversa
com a liderança

Destaques

A Globo

Governança
ESG

Prêmios e
reconhecimentos

Impacto social
do conteúdo



#1

Diversidade
& inclusão



#2

Desenvolvimento
& bem-estar dos
colaboradores



#3

Biodiversidade
& consciência
ambiental



#4

Governança
transparente
& responsável



#5

Educação como vetor
de transformação
do país



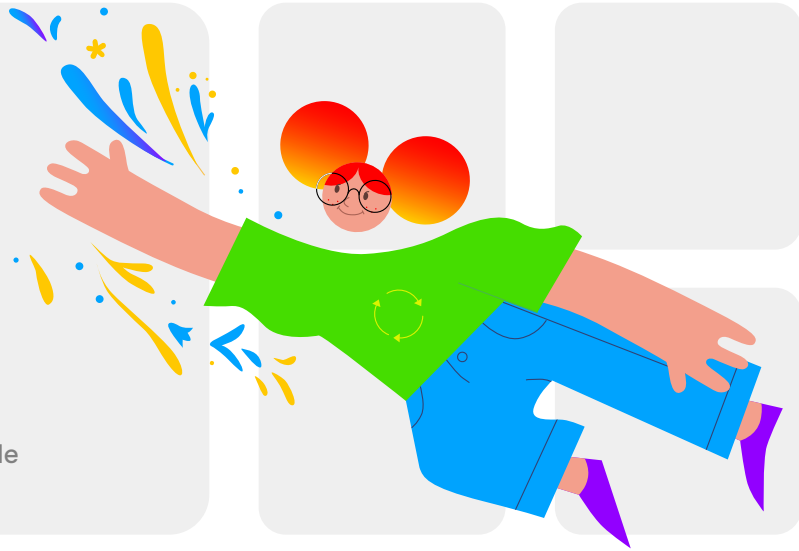
#6

Anexos



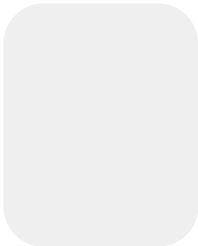


Luciano Huck apresenta a campanha da Globo sobre impacto social, evidenciando como o conteúdo da empresa contribui para uma sociedade mais justa e consciente



Standards e com o segmento de mídia e entretenimento do Sustainability Accounting Standard Board (SASB). [O documento foi assegurado pelo Bureau Veritas.](#)

Os dados aqui apresentados são referentes ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2024 e englobam a TV Globo (canal aberto), os 20 canais por assinatura, nossas plataformas digitais (g1, ge, gshow e Cartola) e o Globoplay (*streaming*).



Aline Midlej lidera a campanha da Globo sobre diversidade, mostrando como a empresa promove a inclusão e a representatividade em suas produções



Sobre este relatório

GRI 2-2 | 2-3 | 2-5

O Relatório ESG 2024 apresenta nossa *performance* relacionada a questões socioambientais e de governança. A partir dos nossos seis compromissos, as informações e resultados dialogam com as partes interessadas, refletidas em nossa materialidade.

Desde o Relatório Jornada ESG Globo 2022, publicamos nossas ambições e metas estratégicas de longo prazo. Assim como fizemos em nosso Relatório de 2023, nesta edição apresentaremos os principais avanços em 2024, dentro de cada um dos nossos seis compromissos.



Rita Batista destaca a importância da consciência ambiental na nova campanha da Globo, reforçando o papel da empresa em estimular pautas de grande potencial transformador na sociedade

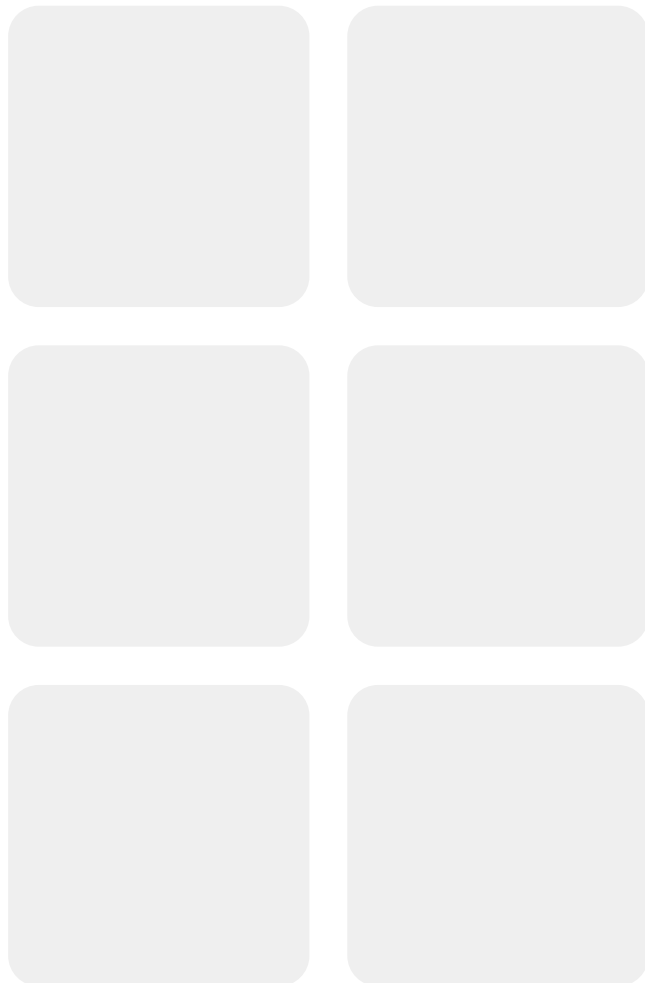
Como forma de demonstrar alinhamento a uma agenda global, nossos temas materiais estão relacionados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU).

Além disso, nosso relatório está em conformidade com as Normas da GRI

Nossas Demonstrações Financeiras são auditadas pela Ernst & Young e divulgadas anualmente, assim como este Relatório. A lista de entidades incluídas nesses relatos financeiros é a mesma das incluídas nos relatos de sustentabilidade.*

Para enviar comentários ou sugestões, entre em contato com ir@g.globo.

* Com exceção da Eletromidia.



“Em 2025, comemoramos 100 anos de Globo. Desde o lançamento do jornal *O Globo* em 1925, estamos há um século nos conectando com milhões de brasileiros todos os dias. Ser parte da vida de tantas famílias é um privilégio e uma grande responsabilidade. E, por isso, entendemos nosso papel de ser um lugar de encontro. Encontro com as boas histórias, com os grandes talentos, com o respeito ao próximo e com a construção de um amanhã sustentável e próspero para todos os brasileiros. Escrevemos esse futuro no presente, com a nossa capacidade de olhar e refletir o país, com a escuta curiosa e ativa e com um foco permanente em inovação e renovação. Em 2024, atuamos ativamente no apoio às vítimas das enchentes no Rio Grande do Sul, colocando a grande capacidade de mobilização do ecossistema da Globo a serviço do país. Todas as nossas verticais de conteúdo – Jornalismo, Esporte e Entretenimento – se uniram para promover coberturas e eventos que incentivaram a cultura de doação, arrecadando cerca de 50 milhões em campanhas da plataforma Para quem Doar e com o Criança Esperança, quase o triplo do valor levantado em 2023. Ser esse espaço de encontro dos brasileiros reverencia a nossa história e nos guia para o futuro. É como diz a nossa campanha: “trabalhar na Globo é trabalhar pro globo”. Acreditamos nisso e iniciamos o caminho para os próximos 100 anos. Fazendo diferença todo dia.” [GRI 2-22](#)

Paulo Marinho
Diretor-presidente da Globo

Conversa com a liderança

[GRI 2-22](#)

Na Globo, construímos o futuro todos os dias. Nossas histórias, que estão em cada vez mais telas, têm nos brasileiros uma fonte inesgotável de inspiração. Em 2024, reforçamos a transversalidade dos temas ESG pela empresa, garantindo que nossas verticais de conteúdo reflitam a diversidade do Brasil e consolidando a ideia de que a nossa agenda não é apenas sobre a Globo, mas sobre a nossa contribuição para o desenvolvimento do Brasil e da sociedade. Porque a gente acredita que esse futuro, escrito a cada nova história que contamos, precisa ser inclusivo e bom para todos.

Registramos aumento no número de reportagens ligadas à sustentabilidade. Destaque para a cobertura das enchentes no Rio Grande do Sul, que contou com o deslocamento de mais de 100 profissionais e com nossos telejornais sendo transmitidos diretamente da região. Na cobertura das eleições municipais, trabalhamos pela democracia, produzindo 140 debates por cidades de todas as

regiões com o apoio de nossa rede de afiliadas e intensificamos a atuação do “Fato ou Fake”. Os Princípios Editoriais do Grupo Globo ganharam uma nova seção com recomendações éticas sobre o uso de Inteligência Artificial pelo nosso Jornalismo.

Destacamos o impacto do Esporte como ferramenta de valor social, com a cobertura do futebol feminino, de modalidades paralímpicas e com a promoção de edições especiais de futebol solidário. Fizemos uma cobertura dos Jogos Paralímpicos de Paris 114% maior do que a feita em Tóquio e tivemos um aumento de 18% na audiência do futebol feminino em relação a 2023.

Pela primeira vez na história, mulheres negras foram protagonistas de todas as novelas inéditas simultaneamente. Cientes de que a pluralidade nos times criativos impulsiona a transformação dos conteúdos, registramos avanços na diversidade de gênero, com 47% das cadeiras de liderança da área de criação e 63% dos cargos de alta liderança dos Estúdios Globo sendo ocupados por mulheres. E, reforçando a relevância da diversidade para o nosso negócio, 81% dos nossos colaboradores recrutados

foram pessoas dos grupos sub-representados, além de 86,1% de nossos colaboradores declararem que percebem a Globo como uma empresa inclusiva, onde podem ser quem realmente são.

Nossa atuação ambientalmente responsável se fortaleceu com a adesão ao Movimento Conexão Circular, do Pacto Global da ONU. Nos Estúdios Globo, o projeto de implantação de sistemas ininterruptos de energia visa reduzir o uso de geradores a *diesel* e evitar cerca de 323 toneladas de carbono.

Em 2024, 96% dos colaboradores fizeram o treinamento de *compliance* e a atuação da Globo em relação à privacidade e à inteligência artificial foi reconhecida com o prêmio do Future Law Experience.

Ampliamos a atuação do Festival LED, com uma edição especial realizada em Belém, e do Festival Negritudes, que ganhou quadro no Fantástico e reuniu mais de 15 mil pessoas em eventos no Rio de Janeiro, Salvador e São Paulo.

Os detalhes dos avanços dos nossos compromissos podem ser conferidos neste relatório. Estamos orgulhosos do comprometimento de nossos colaboradores e das conquistas alcançadas, que comprovam que é possível ser sustentável e responsável, mantendo uma administração voltada para o negócio. Vamos seguir em frente nessa jornada, contribuindo para o desenvolvimento e o futuro do Brasil.



“É inspirador acompanhar a evolução e as conquistas da Agenda ESG da Globo. Acumulamos muitos aprendizados, sem perder de vista o compromisso de aliar solidez empresarial a uma atuação responsável com o mundo e com todo mundo. Em 2024 revisamos os nossos temas materiais, reorganizando e priorizando para estarem ainda mais aderentes e alinhados às boas práticas do mercado. Conquistamos prêmios importantes, como o Corporate Star Awards, a terceira certificação consecutiva do Selo Ouro no Programa Brasileiro de GHG Protocol, o Prêmio Visão Consciente e o Prêmio CEBDS de Liderança Feminina. Lançamos nosso primeiro Programa de Trainee exclusivo para pessoas negras e pessoas com deficiência, com cerca de 15 mil inscrições de todo o Brasil. Esses são resultados que reforçam o impacto positivo de nossas ações, mas, acima de tudo, confirmam que nossa atuação consistente pautada por uma governança responsável e transparente nas relações com todos nossos *stakeholders* tem o potencial de inspirar todo o ecossistema, gerando uma onda positiva na indústria. E, quando é bom para o Brasil e o país cresce, a Globo cresce junto e amplia sua capacidade de ser espelho e inspiração para a sociedade.”

Manuel Belmar

Diretor de Finanças, Jurídico, Infraestrutura e de Produtos Digitais

Destaques

Compromisso #1

Pela primeira vez na história, tivemos mulheres negras como protagonistas nas três faixas de horário de novelas da TV Globo.

Lançamos a Academia do Jornalismo. O programa de desenvolvimento alcançou 72% das nossas redações.

A audiência do futebol feminino cresceu 18% em relação a 2023.

Compromisso #2

Cerca de 15 mil inscrições no Programa de Trainee para pessoas negras e pessoas com deficiência.

Compromisso #3

Lançamos o Aprende Globo, nova estratégia de desenvolvimento e aprendizagem.

Compromisso #4

Aderimos ao Movimento Conexão Circular do Pacto Global da ONU no Brasil.

Compromisso #5

Avançamos na análise de riscos climáticos relacionados à nossa operação.

Compromisso #6

Inauguramos a itinerância do Festival LED com edição inédita em Belém.



A Globo

Somos a maior empresa de comunicação da América Latina, maior produtora de conteúdo *premium* em língua portuguesa e estamos entre os maiores produtores da indústria audiovisual do mundo. Com um ecossistema único no Brasil, nossa estrutura é formada pela TV aberta, com cinco emissoras próprias e uma rede de 118 emissoras afiliadas; 20 canais por assinatura; plataformas digitais e *streaming*. Em 2024, com a aquisição da Eletromidia, somamos mais um ponto em nossa jornada diária de contato com as pessoas, que estão no centro do nosso negócio.

Diariamente, nos conectamos e nos relacionamos com milhões de brasileiros – com mais de dois terços

da população nacional a cada semana e com 98% dela todos os anos. Somos contadores de histórias, comprometidos com o futuro da nossa sociedade. Informamos, emocionamos e divertimos com experiências cada vez mais personalizadas, promovendo debates relevantes para o desenvolvimento do país.

Atuação possível graças ao comprometimento de profissionais talentosos, criativos e apaixonados por comunicação, focados em entregar qualidade e inovação, criando um ambiente seguro e plural para que nossas histórias possam ser criadas.

Seguir sendo o lugar em que o Brasil se encontra e fazer diferença no mundo e para todo mundo é nossa tarefa diária.



Conheça todas as
nossas frentes
de negócios aqui
[GRI 2-2 | 2-6](#)

Paulo Marinho • evento
Conexão Liderança Globo

Fundação Roberto Marinho

Em 2024, a Fundação Roberto Marinho (FRM) passou a integrar as Organizações Globo Participações S.A. e se tornou uma fundação empresarial. José Roberto Marinho preside o conselho curador, que agora inclui representantes das empresas e membros externos independentes.

A FRM foi criada em 1977, com Roberto Marinho como seu mantenedor, inicialmente mantida por ele e, posteriormente, por seus filhos. Em 2022, a transição foi aprovada, e em 2023, todos os procedimentos necessários foram realizados, incluindo a aprovação de um novo estatuto pelo Ministério Público. A principal mudança é que os mantenedores passam a ser pessoas jurídicas.

A Globo tem um compromisso histórico com a educação do país, que

é o grande foco da FRM. Embora os resultados da Fundação não estejam contabilizados neste relatório, há um alinhamento nas grandes causas e entregas paralelas. Essa mudança estrutural permite mais sintonia entre as plataformas da Globo e a Fundação, além de fortalecer nosso ecossistema, mostrando como nossa Agenda ESG existe para além da atuação da empresa.

Com seu trabalho voltado à inclusão educacional e produtiva, a Fundação desenvolve conteúdos e tecnologias socioeducacionais inovadoras. Assim, a FRM forma redes e utiliza estratégias de distribuição e implementação que envolvem marcas como o Telecurso, a plataforma de comunicação educativa Futura, o programa de aprendizagem profissional Aprendiz Legal e a escola digital de cultura, tecnologia e economia criativa CO.LIGA.



Estúdios Globo

Temos o maior complexo de produção de conteúdo audiovisual da América Latina e um dos maiores do mundo. As instalações no Rio de Janeiro, que completam 30 anos em 2025, ocupam uma área de aproximadamente 1,78 milhão de metros quadrados. Atualmente, são 15 estúdios de gravação, além de fábrica de cenários, efeitos especiais, confecção e acervo de figurino, centro de pós-produção, e mais de 23 quilômetros de cidades cenográficas montadas por ano na 'Fábrica de Sonhos', como é conhecido.

Em 2024, inauguramos dentro desse espaço o maior estúdio permanente de Produção Virtual da América Latina. Com mais de 1.500 m², o novo espaço integra tecnologias de ponta como câmeras com *tracking* de alta precisão e recursos de Inteligência Artificial e Realidade Aumentada em mais de 300 m² de telas de LED.

Esse novo passo reforça a trajetória de inovação, qualidade e alta tecnologia dos Estúdios Globo, que está a serviço da criação de histórias que impactam, emocionam e refletem a diversidade brasileira.



15 estúdios, em um total de 13.500 m²

2.650 episódios inéditos produzidos em 2024, em 104 títulos

5.196 pessoas, em média, circulando diariamente

Governança ESG

GRI 2-23 | 2-24 | 2-25

A Agenda ESG faz parte da Estratégia Globo e é um direcionador transversal do nosso negócio, inserido de maneira orgânica em diversas áreas da Companhia. A Globo manteve em 2024 o trabalho de consolidação da sua Governança ESG e desenvolvimento dos seus seis compromissos. O sistema de gestão de indicadores tem sido essencial para a coleta, análise de resultados e monitoramento, deixando claros os avanços e as oportunidades de melhorias em nossa jornada.

Fazemos reportes periódicos que são submetidos ao Diretor de Finanças, Jurídico & Infraestrutura, ao Comitê de Pessoas, Cultura & ESG e ao Conselho de Administração. Para acompanhar o nosso plano de ação dentro dos pilares da sustentabilidade, contamos com um Grupo de Trabalho multidisciplinar, formado por aproximadamente 100 pessoas.

Fortalecemos a relação do grupo realizando um encontro presencial no Museu de Arte do Rio. O evento foi pensado para gerar troca e integração entre os participantes e celebrar o trabalho realizado no período.

Na ocasião, o grupo foi convidado a escrever cartas sobre suas expectativas e desejos para a Globo e o mundo em 2030, que foram inseridas em uma cápsula do tempo.

Em 2024, tivemos mudanças nas lideranças de alguns compromissos: No #1 e #2, Kellen Julio assumiu a Diretoria de Diversidade e Inovação em Conteúdo dos Estúdios Globo e passa a trabalhar intensamente nos Compromissos #1 e #2, com o olhar de Diversidade & Inclusão nas telas, enquanto Mariana Bruno assume a área de Diversidade & Inclusão, com foco nas equipes, também no âmbito do Compromisso #2. No Compromisso #1, Miguel Athayde assumiu a liderança pelo Jornalismo. No Compromisso #3, Natasha Geraldo assume a liderança pelo RH.

Como forma de buscar a constante evolução, nos submetemos à avaliação da plataforma EcoVadis, que considera a sustentabilidade empresarial a fim de promover melhorias nas práticas das organizações.



[Clique aqui para acessar nosso selo Ecovadis.](#)



Aderimos ao Movimento Conexão Circular, do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) no Brasil. Somos signatários do Pacto Global da ONU, associados ao Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e ao Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS), além de membros do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (Gife) e embaixadores do Movimento Educa 2030, também do Pacto Global da ONU. GRI 2-28

Encontro do Grupo de Trabalho ESG • colaboradores na Cerimônia da Cápsula do Tempo

Conexão com as Afiliadas

GRI 3-3 • DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS

As afiliadas são parte essencial do ecossistema da Globo e é por meio delas que o sinal da Globo chega a 94% do total de domicílios com TV do país. A rede de afiliadas produz conteúdos locais, em sintonia com a sociedade, garantido que os brasileiros se enxerguem e sejam representados nas telas. Assim, em um país tão diverso em relação a raças, religiões e crenças, manter um ecossistema sólido e alinhado com valores e princípios de atuação Globo é fundamental para o negócio.

Nos últimos anos, a Globo tem promovido uma intensa troca de conhecimentos com suas afiliadas, visando compartilhar boas práticas na rede. Dessa forma, buscamos uma atuação mais consciente em relação ao impacto ambiental e à diversidade e inclusão, tendo como base princípios e valores éticos. Ao longo deste Relatório, serão descritas algumas conquistas nas frentes sociais, ambientais e de governança incentivadas por meio dessas iniciativas.



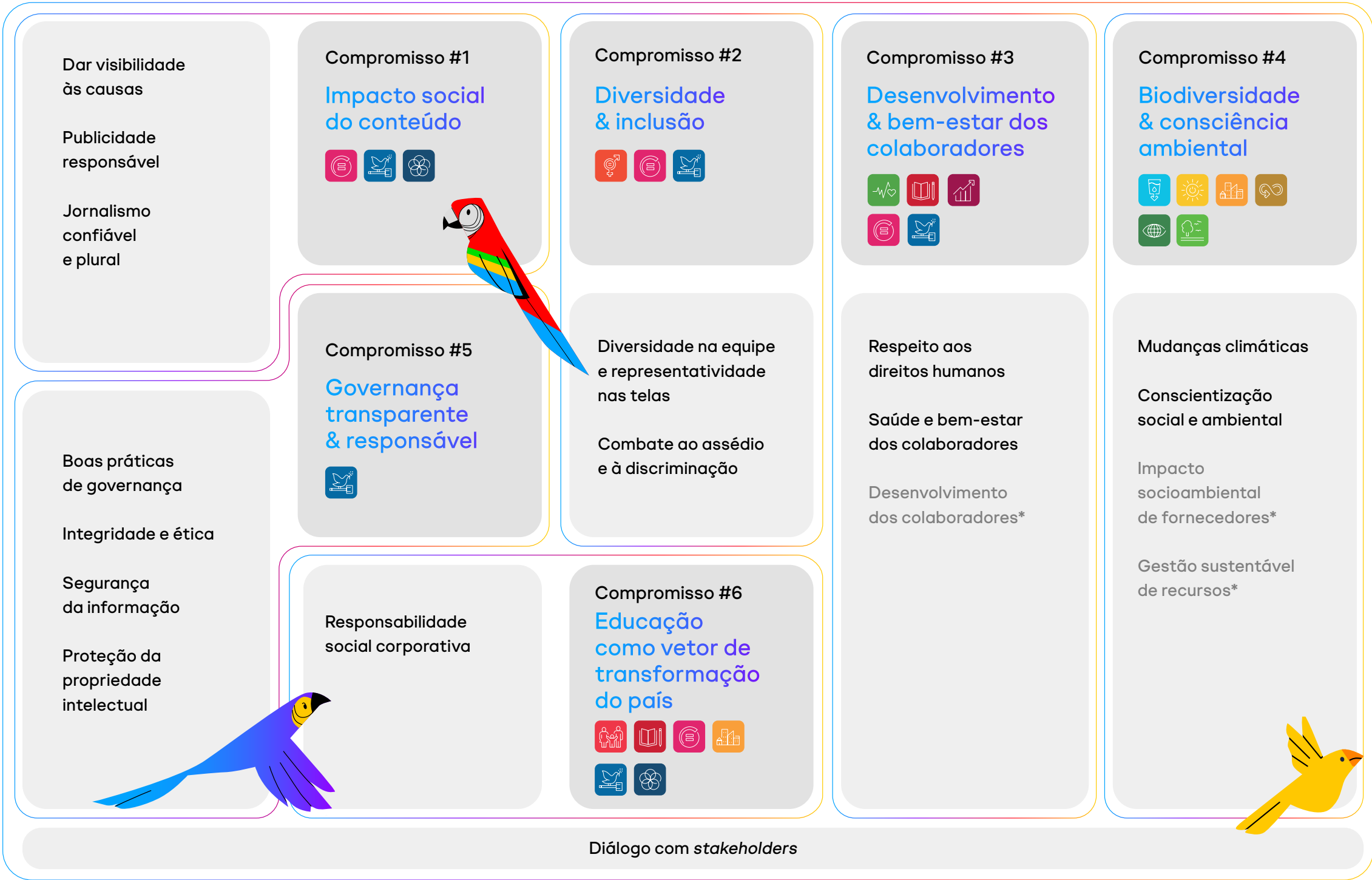
Nossa materialidade

GRI 2-29 | 3-1 | 3-2

Em 2024, de modo a tornar nossa materialidade mais estratégica e alinhada com as boas práticas de mercado, procedemos uma revisão dos 30 temas materiais relatados nos anos anteriores com o objetivo de repriorizá-los e reorganizá-los, resultando em 15 temas materiais para 2024. [Veja aqui.](#)

Para tanto, a metodologia aplicada consistiu em três etapas principais: uma revisão metodológica, seguida da agregação de temas com escopos semelhantes; um mapeamento das tendências para o setor de mídia e, por fim, a repriorização com base nos dados obtidos no processo original, em 2021, e na revisão em 2024, por meio da redefinição da totalização das notas obtidas e pela definição de uma nova nota de corte.

A pesquisa que serviu como base para a definição e revisão dos temas priorizados abrangeu, além da gestão da Globo, públicos como consumidores, colaboradores, anunciantes, investidores e acionistas.



ODS

-  1. Erradicação da pobreza
-  2. Fome zero e agricultura sustentável
-  3. Saúde e bem-estar
-  4. Educação de qualidade
-  5. Igualdade de gênero
-  6. Água potável e saneamento
-  7. Energia limpa e acessível
-  8. Trabalho decente e crescimento econômico
-  9. Indústria, inovação e infraestrutura
-  10. Redução das desigualdades
-  11. Cidades e comunidades sustentáveis
-  12. Consumo e produção responsáveis
-  13. Ação contra a mudança global do clima
-  14. Vida na água
-  15. Vida terrestre
-  16. Paz, justiça e instituições eficazes
-  17. Parcerias e meios de implementação

* Temas relevantes, mas não materiais.

Prêmios e reconhecimentos

Ser reconhecido por um trabalho que reforça nossos compromissos é relevante para que possamos constantemente avaliar os caminhos e buscar melhorias dentro dessa jornada ESG.

Prêmio Rock in Rio Atitude Sustentável

A Globo foi reconhecida como a marca mais sustentável da Cidade do Rock na categoria “apoiador e *media partner*”.



Prêmio Rock in Rio Atitude Sustentável • Manuel Belmar

Prêmio Aberje

Na categoria “Publicação Especial”, o Relatório ESG da Globo venceu nas etapas regional e nacional.



Prêmio Aberje • Amanda Mercês, Bárbara Ferrão, Guilherme Bennett, Maurício Gonzalez, Likilia Morris e José Brandileone com o troféu da etapa nacional

Prêmio CEBDS de Liderança Feminina

Nossa diretora de Diversidade e Inovação em Conteúdo dos Estúdios Globo, Kellen Julio, levou o prêmio por seu trabalho de promover a diversidade nas equipes da empresa.

Prêmio Visão Consciente

O case “Produções Verdes – práticas de sustentabilidade na produção audiovisual” venceu a quinta edição da premiação promovida pela Fecomércio RJ na categoria Meio Ambiente, para empresas de grande porte.

Programa Brasileiro GHG Protocol

A Globo recebeu pela terceira vez consecutiva a certificação de “selo ouro” pela publicação do inventário de emissões de gases de efeito estufa (GEE). A empresa possui cinco selos de ouro de certificação de emissões, referentes às emissões de 2019 a 2023.

Corporate Star Awards

A premiação apontou a Globo como a “Melhor Campanha para Melhorar a Diversidade” durante o International Broadcasting Convention, evento da indústria global de mídia, entretenimento e tecnologia.

AIPS Awards

O Esporte Espetacular venceu o prêmio da International Sports Press Association na categoria “vídeo em curta-metragem” com a reportagem que contou a história da Irmã Isabela, uma freira apaixonada por futebol que vive em Rodrigues Alves, no Acre, e concilia a vida no convento com os jogos na comunidade.

Prêmio Revolução da Aprendizagem

A plataforma Aprende Globo venceu o prêmio na categoria “transformação digital na aprendizagem”, da empresa Revvo, que reconhece os projetos mais inovadores no campo da educação corporativa.



Prêmio Gabo • Sônia Bridi, diretora do filme, e Paulo Zero, diretor de fotografia, recebendo o Prêmio Gabo de Jornalismo

Prêmio Gabo de Jornalismo

O documentário do Globoplay “Vale dos Isolados – O assassinato de Bruno e Dom” venceu na categoria imagem. O filme se debruça sobre os assassinatos – com repercussão internacional – do indigenista Bruno Pereira e do jornalista britânico Dom Phillips, vítimas de uma emboscada.

Prêmio Nacional de Jornalismo do Poder Judiciário

A TV Globo ganhou na categoria “jornalismo de vídeo” com a “Cobertura do 08 de janeiro: dos ataques à vitória da Democracia”.

GEMA Awards

A Globo conquistou 34 troféus na premiação, sendo oito deles na edição global, concorrendo com empresas de todo mundo, e 26 na versão focada em companhias da América Latina. O GEMA Awards reconhece os melhores trabalhos de *marketing* para conteúdo em vídeo em todas as plataformas, além de *design* televisivo.



Sportel Awards • repórter Gustavo Machado com o prêmio de melhor reportagem

Sportel Awards

A reportagem “O que é o impossível? Derek: Surfista cego de ondas gigantes”, do Esporte Espetacular, venceu o prêmio internacional na categoria “melhor reportagem”.

One World Film Festival

O documentário “extremistas.br” ganhou o prêmio de melhor filme em defesa dos direitos humanos no festival europeu. O filme foi produzido pelo jornalismo da Globo e mostra como o extremismo tomou conta da direita radical no Brasil.

Olympic Golden Rings Awards

A reportagem “As Mulheres e luta por equidade de gênero”, exibida no canal sportv, conquistou o ouro na categoria “conteúdo para promover equidade de gênero e inclusão” do prêmio do Comitê Olímpico Internacional.



#1

Produzir e distribuir conteúdos em sintonia com a sociedade, contribuindo para o desenvolvimento social e ambiental.

Impacto social do conteúdo



Impacto social do conteúdo

Produzir e distribuir conteúdos em sintonia com a sociedade, contribuindo para o desenvolvimento social e ambiental.

Legenda
do status



Meta em andamento



Meta alcançada

[Veja como chegamos nessas metas](#)

Metas 2030	Status 2024		Temas materiais	ODS
Promoveremos uma produção crescente de matérias sobre temas sociais e ambientais, com o suporte de um sistema já implantado de monitoramento que permite acompanhar a presença desses temas nos nossos produtos jornalísticos.	101.842 minutos de matérias sobre temas sociais e ambientais e 8.626 matérias digitais publicadas.		Dar visibilidade às causas	16 17
Garantiremos que 100% dos novos jornalistas contratados sejam treinados sobre nossos Princípios Editoriais.	100% dos novos contratados treinados e 86% da estrutura total de jornalistas.		Jornalismo confiável e plural	16 17
Realizaremos ações de desenvolvimento nos temas de diversidade e representatividade dos profissionais que lideram nossos talentos artísticos.	+700 pessoas impactadas por três peças de teatro realizadas nos Estúdios Globo, abordando temáticas indígena e de regionalismo. +1.200 pessoas impactadas pelas iniciativas Mergulho no Universo. +120 pessoas impactadas por <i>workshop</i> de diversidade aplicado no conteúdo Garota do Momento.		Dar visibilidade às causas	10 16 17
Fomentaremos produções de reportagens dedicadas à valorização da educação e do uso do esporte como ferramenta de valor social.	10.410 minutos veiculados sobre educação. Para o esporte, seguimos em processo de viabilizar a mensuração da minutagem dos programas.		Dar visibilidade às causas	10 16 17
Manteremos nossa política comercial, incluindo seu Manual de Práticas, sempre atualizada, em sintonia com a sociedade, e garantiremos que 100% dos profissionais contratados da área comercial sejam treinados para aplicá-los no dia a dia.	Manual de Práticas atualizado e publicado, com 66% da área comercial já treinada. Política Comercial em fase de revisão.		Publicidade responsável; Diálogo com <i>stakeholders</i>	16 17
Criaremos, produziremos e veicularemos pelo menos uma campanha anual, ampla e nacional para cada uma das nossas causas prioritárias.	Cinco campanhas veiculadas e descritas nas páginas 28 e 29 .		Dar visibilidade às causas	10 16 17
Seremos parceiros de organizações de referência e signatários de pactos e alianças relacionados às nossas causas prioritárias, fomentando cada vez mais esses temas em nossos projetos e produtos.	Aderimos ao Movimento Conexão Circular e ao Movimento Educa 2030, ambos do Pacto Global. Somos associados ao Pacto Global, ao Gife, ao CEBDS e ao Ethos.		Dar visibilidade às causas; Diálogo com <i>stakeholders</i>	10 16 17
Faremos, em alinhamento com nossa estratégia e plano de negócios, transmissão e cobertura de eventos esportivos que promovam causas prioritárias para a empresa, como competições paralímpicas ou de cunho social, e que ajudem a quebrar preconceitos, como campeonatos femininos de futebol.	Aumento de 11% no número de transmissões de futebol feminino na TV Globo e no sportv em relação a 2023.		Dar visibilidade às causas	10 16 17

Alcance e relevância do conteúdo

GRI 3-3 • DAR VISIBILIDADE ÀS CAUSAS

O conteúdo produzido na Globo impacta aproximadamente 98% dos brasileiros todos os anos. A responsabilidade pelo alcance dessa distribuição, produzida em diferentes plataformas, nos faz refletir constantemente sobre a necessidade de promover acesso a informação fundamental, confiável e de qualidade, bem como conteúdos capazes de falar com públicos diversos.

Nós oferecemos aos brasileiros integridade, isenção e agilidade na informação, além de produzir conteúdos conscientes, que ampliam a visão de mundo da sociedade. Tratamos com responsabilidade a publicidade que veiculamos e buscamos apoiar causas relevantes para as agendas sociais e ambientais.

178 milhões
de pessoas assistiram a algum conteúdo de jornalismo da Globo

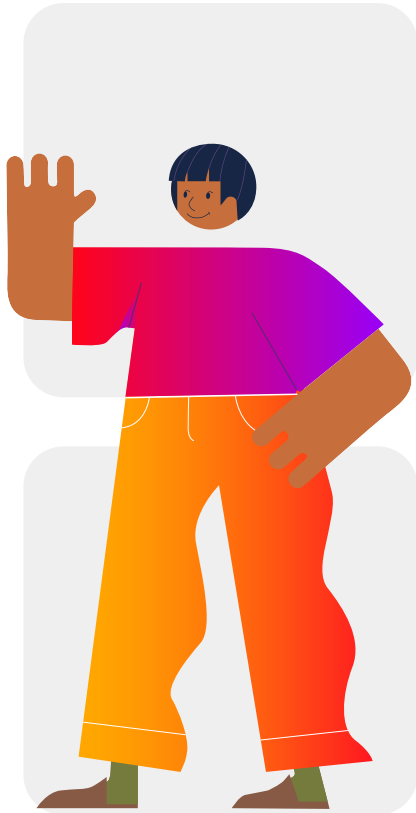
176 milhões
se emocionaram com as novelas da Globo em 2024

163 milhões
de pessoas assistiram a algum jogo de futebol na Globo

153 milhões
de pessoas alcançadas mensalmente pelos canais Globo

37% de todo o consumo de vídeo no Brasil é da TV Globo

Fonte • Kantar Ibope Mediae, Atlas de Cobertura e EDTV



Jornalismo

GRI 3-3 • JORNALISMO CONFIÁVEL E PLURAL | SASB SV-ME-260a.2

Nosso jornalismo é pautado na cobertura responsável, com o firme compromisso de destacar e promover matérias que abordem temas sociais e ambientais. Em 2024, registramos um aumento significativo na produção de conteúdo relacionado à Agenda ESG, principalmente para temas ambientais e a cobertura factual dos eventos extremos registrados no Brasil, com destaque para as enchentes no Rio Grande do Sul e a seca na região Norte.

Também em 2024, a Globo cobriu eventos internacionais intensos,

como guerras na Europa e no Oriente Médio. Conteúdos factuais norteiam o trabalho do Jornalismo da Globo e ocupam espaço significativo na grade da programação. Somados às metas desse compromisso de produção crescente de matérias ESG, compõem um vasto e diversificado mosaico de informações relevantes e de interesse público à disposição do brasileiro.

O número de reportagens ESG cresceu 2,7% em comparação com 2023. A média mensal de minutos dedicados aos temas saltou de 8.261 para 8.487.



Mariana Gross • apresentadora do RJTV

Lançamos uma Academia de Jornalismo em 2024

O Compromisso #3 ganhou, em 2024, o reforço de mais uma iniciativa: a Academia do Jornalismo.

O programa foi criado pelo Jornalismo da Globo para desenvolver seus profissionais e equipá-los para o enfrentamento dos desafios impostos pelas novas tecnologias, como as redes sociais e a inteligência artificial, e por campanhas contra a desinformação.

De março a dezembro, foram realizados 11 encontros presenciais com transmissão *online*, que também ficam disponíveis na plataforma interna Aprende Globo. Somando o consumo ao vivo, remoto e na plataforma, tivemos 4.995 participações. No total, alcançamos 72% dos jornalistas das nossas cinco emissoras próprias e dos escritórios internacionais de Nova York e Londres com os conteúdos da Academia.

No primeiro ano da Academia do Jornalismo foram acumuladas 19 horas de aulas, palestras e entrevistas. Parte desses registros está aberta ao público em geral, gratuitamente, na categoria

Educação do Globoplay, fruto de uma parceria do Movimento LED com a Fundação Roberto Marinho e o Canal Futura, que atuam como responsáveis pela curadoria do conteúdo.



César Tralli • evento da Academia de Jornalismo

Em 2024, ano eleitoral, intensificamos nossa atuação no “Fato ou Fake”, o serviço de checagem do Grupo Globo. Além de contar com uma equipe dedicada às investigações, ampliamos a visibilidade das checagens, publicando os resultados das apurações não só no g1, mas também nos nossos telejornais. Foram cerca de 700 checagens publicadas ao longo do ano, um serviço de extrema importância para que os brasileiros não sejam enganados por *fake news*.

Ainda durante as eleições, iniciamos um projeto com a equipe do Compromisso #4, estabelecendo práticas das Produções Verdes na realização dos debates eleitorais, que entre as ações incluiu cenários compostos de material reciclado.

Enchentes no Rio Grande do Sul

Um dos destaques do ano no Jornalismo foi a cobertura especial das enchentes que tomaram o Rio Grande do Sul (RS) após os temporais que assolaram o estado nos meses de abril e maio de 2024.

- » Mais de 100 profissionais deslocados para o Sul
- » Fizemos ancoragens em telejornais da rede diretamente da região afetada
- » Foram nove dias de ancoragem no Jornal Nacional
- » Seis dias de ancoragem no Bom Dia Brasil
- » Mais de 60 horas dedicadas em telejornais e programas da TV Globo
- » Mais de 120 horas de cobertura na Globonews

Entendemos a relevância e necessidade de ampliação da nossa cobertura a partir do tamanho da área afetada com o passar dos dias e da quantidade de pessoas impactadas. Mais de 620 mil moradores precisaram deixar suas casas e mais de 170 pessoas morreram.

A RBS TV, afiliada Globo no estado, foi fundamental na execução do nosso planejamento e, inclusive, sediou a última transmissão que o Jornal Nacional fez do local. Regionalmente, em parceria com a afiliada, a Globo criou o programa Ajuda Rio Grande para apoiar a população afetada e dar visibilidade às doações.



Imagens das enchentes no Rio Grande do Sul



“O papel do jornalismo em levar informações com sólidas bases científicas para a população é cada vez mais importante, em vista do agravamento dos impactos das mudanças climáticas e da crise ambiental em geral. O jornalismo da Globo demonstrou comprometimento na cobertura dos eventos climáticos extremos, combinando informações científicas com relatos humanizados. Reportagens detalhadas e esclarecedoras trouxeram à tona o impacto das mudanças climáticas, ressaltando sua urgência, e cobrança de ações concretas. Esse compromisso reafirma o poder do jornalismo responsável de informar e engajar a sociedade diante de crises globais.”

Paulo Artaxo

Cientista e professor de física na USP

Imagem da seca na Amazônia



Princípios Editoriais

SASB SV-ME-270a.3

“A busca por inovação e a adoção das mais avançadas ferramentas da tecnologia para o jornalismo são uma prioridade no Grupo Globo.” Essa é a frase que abre a nova seção com recomendações sobre o uso da inteligência artificial pelo jornalismo



Imagens das enchentes no Rio Grande do Sul

nos Princípios Editoriais do Grupo Globo. Lançado em 2011, o documento agrupa e publiciza o conjunto de princípios e valores que sempre pautaram as coberturas jornalísticas dos veículos e marcas do grupo.

A nova seção dos Princípios Editoriais encoraja os jornalistas a explorarem as novas ferramentas de IA generativa disponíveis, capazes de processar e gerar textos, imagens, vídeos e áudios, quase que de modo imediato, a partir de comandos recebidos. Como garantia do padrão de qualidade de todos os conteúdos publicados, o documento registra que a incorporação da nova tecnologia pelo trabalho jornalístico sempre terá supervisão humana.

Desde a sua publicação, o documento havia passado por duas atualizações, em 2018, com diretrizes sobre o uso de redes sociais por jornalistas do grupo, e em 2023, com uma mudança sobre a divulgação de massacres e ataques em massa violentos. O Jornal Nacional contou a história da publicação.

Esporte

Acreditamos no esporte como ferramenta de valor social e, por isso, fomentamos a produção de reportagens dedicadas a valorizar esse viés de impacto. Estamos aperfeiçoando o monitoramento dos temas ESG nas pautas esportivas. Embora essa medição não fosse uma atividade diária do nosso time, ela é cada vez mais incentivada por meio da conscientização interna sobre os temas e a importância do levantamento desse tipo de indicador.

Em 2024, trabalhamos esse compromisso dentro de nossas coberturas e em três frentes principais: futebol feminino, competições paralímpicas e competições fora do eixo tradicional, como a Taça das Favelas, o Futebol Solidário e o Futebol da Esperança.

A audiência do futebol feminino na Globo cresceu 18% em relação a 2023. Realizamos a transmissão de amistosos da Seleção Brasileira e ampliamos o número de transmissões em tempo real no ge.globo dos

jogos da Série A, atingindo a cobertura de 61% das partidas. Nas plataformas digitais, o ge apontou um crescimento de audiência de 17%, no mesmo período.

Nas Olimpíadas, o desempenho de sucesso das mulheres, que trouxeram a maioria das medalhas brasileiras, foi valorizado em reportagens e transmissões. Para as coberturas dos dois eventos em Paris, montamos equipes diversas em gênero, raça e sotaques.

"A importância (da transmissão) é muito grande, não só pelo fato de as pessoas torcerem e acompanharem os atletas representando o Brasil, mas também para entenderem que a pessoa com deficiência treina e trabalha muito para conquistar as medalhas. É importante para as crianças, que são o futuro do nosso país, para mostrar o bom exemplo que a gente tem e fazer com que todo mundo se acostume com as pessoas com deficiência em todo lugar."

Gabrielzinho

Nadador e Campeão Paralímpico

Paralimpíadas de Paris: destaque na nossa cobertura esportiva em 2024

GRI 3-3 • DAR VISIBILIDADE ÀS CAUSAS

Aumentamos as horas de transmissão e a cobertura no digital. Entregamos programação diária sobre a competição com o programa Volta Paralímpica todos os dias na TV aberta, com uma pessoa com deficiência visual na coapresentação. Na TV fechada, contabilizamos

mais de 340 horas ao vivo de transmissões, além de um programa diário sobre o evento. No total, a cobertura dos Jogos Paralímpicos de Paris foi 114% maior do que a feita em Tóquio. Dos esportes coletivos, o futebol de cegos foi a modalidade com maior audiência, alcançando mais de 4 milhões de pessoas, número 6% superior ao alcance do evento anterior. Já a cobertura total das Paralimpíadas ultrapassou 7,6 milhões de pessoas atingidas.



Em 2024, a Globo ainda promoveu o Futebol Solidário, uma ação em prol das vítimas das enchentes no Rio Grande do Sul. O estádio do Maracanã sediou um encontro entre grandes nomes do esporte e celebridades para arrecadar e incentivar doações aos gaúchos. A TV Globo, sportv, ge e Globoplay fizeram a transmissão da partida e toda a receita da comercialização dos patrocínios foi redirecionada para projetos apoiados pela plataforma Para Quem Doar. Além disso, o valor da venda de 42 mil ingressos foi doado para a Central Única de Favelas (Cufa). Em parceria com o Criança Esperança, a Globo também realizou o Futebol da Esperança, com renda revertida para o projeto. O jogo foi transmitido pela Globo e sportv e contou com a participação de jogadores em atividade, ex-atletas, artistas e influenciadores.

Transmitimos também os jogos da Taça das Favelas por mais um ano. O maior campeonato de futebol entre favelas do mundo é uma competição idealizada pela Cufa e realizada em oito estados do Brasil. No Rio de Janeiro, em São Paulo e em Minas Gerais, as finais foram exibidas pela TV Globo. Os estados da Bahia, do Ceará,



Futebol Solidário • ação promovida pela Globo em prol das vítimas das enchentes no Rio Grande do Sul



Brasil que vale ouro • cena de abertura de um dos episódios

de Goiás, da Paraíba e do Rio Grande do Sul também tiveram transmissão ao vivo pelas afiliadas da Globo. Além das transmissões, nosso time faz a cobertura completa dos torneios femininos e masculinos.

Programação de impacto

Nosso compromisso com o impacto social do que produzimos se reflete em reportagens especiais e projetos desafiadores. Veja alguns a seguir:

[Brasil que vale ouro](#) ▶

A campeã olímpica Fernanda Garay visitou três projetos sociais que improvisam instalações para a prática esportiva, nos estados de Roraima, Bahia e Rio Grande do Sul, onde conversou com os idealizadores e as crianças e adolescentes atendidos por eles.



[Educação e esporte](#) ▶

Autista e com grau de surdez, lateral-esquerdo de time da primeira divisão do futebol cearense encontrou no esporte um espaço de inclusão e a oportunidade de melhorar de vida.

[Corredores do sertão](#) ▶

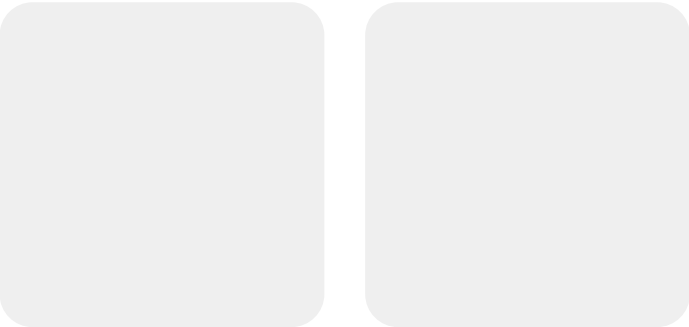
Projeto social de atletismo no interior da Bahia para crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

[Corais invasores](#) ▶

O jornalista Clayton Conservani mergulhou com um grupo de biólogos marinhos para participar da retirada de corais “invasores”, que prejudicam o ecossistema, na costa do Rio de Janeiro.

[Histórias olímpicas](#) ▶

O progresso das mulheres e a luta pela equidade de gênero nos Jogos Olímpicos, desde a primeira edição do evento.



Entretenimento

Produzimos, todos os dias, conteúdo para entreter e provocar reflexões. Temos o compromisso de retratar, nas nossas telas, toda a multiplicidade de questões sociais, culturais e ambientais do nosso país.

Acreditamos que os milhões de brasileiros que nos acompanham precisam se sentir representados em nossos conteúdos e, por conta disso, nosso compromisso com os quatro grupos sub-representados prioritários é inegociável. Para isso, contamos com uma estrutura organizacional que nos permite exercitar esse olhar cotidianamente. Os Estúdios Globo são divididos hoje em seis diretorias de conteúdo, três diretorias transversais e uma área de governança.

A Diretoria de Diversidade e Inovação em Conteúdo dos Estúdios Globo segue com a responsabilidade de influenciar na diversificação, representação e inclusão de todas as comunidades nas telas e nos times criativos.

A área conta, também, com um *hub* de Diversidade e Cultura, composto por consultores especializados nos

mais variados territórios sociais, que fornecem apoio técnico aos times criativos, sempre alinhado às diretrizes institucionais da Globo. O *hub* atendeu, em 2024, a todas as diretorias de conteúdo dos Estúdios Globo, somando mais de 50 obras de ficção e não ficção.

“Os Estúdios Globo seguem inovando no audiovisual, abrindo caminhos para novas vozes e narrativas diversas. É gratificante ver essas histórias ressoarem com o público, gerando reflexões sobre o Brasil e o mundo. Nosso compromisso é ampliar esses horizontes, promovendo representatividade e transformações. Que esses novos olhares continuem abrindo estradas e que possamos celebrar nossa trajetória por muitas gerações. Seguimos firmes, construindo um futuro inclusivo, criativo e fiel à riqueza de nossas histórias.”

Jeferson De
Diretor de Programa

Diretorias Estúdios Globo

Conteúdo

- » Dramaturgia
- » *Realities*
- » Variedades
- » Música e Eventos
- » Humor
- » Auditório

Transversais

- » Diversidade e Inovação em Conteúdo
- » Produção
- » Talentos Artísticos
- » Governança

Pesquisa e conhecimento

A Diretoria de Pesquisa & Conhecimento produz entendimento sobre a sociedade brasileira, o comportamento da sua população, percepção de marcas, assim como análises de audiência e consumo. Os resultados desses estudos e análises orientam a nossa tomada de decisões em todos os produtos.

Dentro dessa diretoria, temos um programa dedicado a aprofundar o conhecimento sobre o Brasil e sua população: o Sintonia com a Sociedade. Os estudos desenvolvidos analisam tendências e mapeiam os sentimentos dos brasileiros e suas opiniões, atitudes e percepções em relação a várias temáticas.

Em 2024, lançamos o maior estudo de valores já feito no país. A pesquisa ‘Brasil no Espelho’ foi apresentada

para mais de 30 áreas da Globo e afiliadas, com mais de 1.600 pessoas impactadas. Nesse programa, tivemos ainda estudos dentro do pilar de Diversidade e ESG como ‘Paternidades Plurais’, ‘Comportamento de consumo de pessoas negras’, ‘O Valor do Esporte para Pessoas com Deficiência’ e ‘Os Jovens e as Mudanças Climáticas’, entre outros. [GRI 203-2](#)

Vários estudos do Sintonia com a Sociedade podem ser acessados pelo [Globo Gente](#), plataforma de conhecimento da Globo.



Paternidades plurais

Um olhar sobre as diversas experiências de paternidade contemporâneas

01 fev 2024 | Por Sintonia com a Sociedade
Comportamentos Emergentes

Paternidades plurais • pesquisa realizada pelo Sintonia com a Sociedade

Projeto Falas

O **Projeto Falas** é uma série de especiais veiculados na programação da TV Globo sobre temas de relevância social alinhados à jornada ESG da empresa. Os programas exibiram experimentos sociais que envolveram questões de preconceito, capacitismo, invisibilidade, experiência de não pertencimento, acessibilidade e exclusão.

Em 2024, tivemos o Falas Femininas, exibido no Dia da Mulher; o Falas da Terra, em celebração ao Dia dos Povos Indígenas; o Falas de Orgulho, em celebração ao Dia Internacional do Orgulho LGBTQIA+; Falas de Acesso, pelo Dia de Luta da Pessoa com Deficiência, em setembro; Falas da Vida, em outubro, pelo Dia do Idoso; e o último do ano, Falas Negras, em novembro, pelo Dia da Consciência Negra. Cada um dos episódios é construído por equipes diversas e consultores especializados em cada tema, bem como protagonizado por personagens inspirados em pessoas reais.

Nesse ano, as edições de Falas Negras e Falas da Vida alcançaram a maior

audiência já registrada desde 2021, quando o projeto começou a ser produzido. A repercussão dos episódios também retrata a potência desse produto. O especial Falas Negras foi destaque no jornal britânico *The Guardian*, e contou com a entrevista de um dos roteiristas, Clayton Nascimento.

Falas da Vida • Dona Dea Lúcia apresenta especial que reflete sobre ser idoso no século 21



Falas de Orgulho • episódio destaca as jornadas de personagens LGBTQIA+



◀ **Falas Negras** • Fabrício Boliveira dá vida às palavras do escritor nigeriano Oludah Equiano

Falas da Terra • ▶ apresentado por Zahy Tentehar, especial lança luz sobre a pluralidade e a luta dos indígenas



Impacto nas telas

Contamos histórias em diferentes formatos para gerar identificação com a nossa cultura e suas complexidades. Estamos continuamente trabalhando pela ampliação da diversidade das nossas áreas artísticas e corporativas, tanto nas equipes quanto nas lideranças, para garantir qualidade e conexão com todos os brasileiros em cada uma de nossas produções.

Em produções de época, *remakes* ou histórias contemporâneas, nossa dramaturgia conduziu o público ao aprofundamento do debate e à reflexão, atingindo públicos segmentados em multiplataformas. Nossos programas de humor, de não ficção e os especiais de música reforçaram nossos valores e compromissos com a representatividade no entretenimento de qualidade. Veja a seguir os destaques das nossas produções por gênero:

Novelas



Em 2024, a Globo alcançou um marco muito importante em sua dramaturgia: pela primeira vez em sua história, houve a presença de mulheres negras como protagonistas simultaneamente nas

três faixas horárias de novelas inéditas: **Garota do momento**, **Volta por Cima** e **Mania de Você**. A diversidade racial esteve presente em todas as obras, com atores e seus personagens envolvidos em tramas potentes.

Todas as novelas exibidas ao longo do ano trouxeram também atores e personagens LGBTQIA+, com destaque para o *remake* de **Renascer**, **Elas Por Elas**, **Rancho Fundo**, **Família é Tudo** e **Terra e Paixão**, que tiveram elenco e personagens trans.

As novelas da Globo também contaram com personagens amarelos, indígenas e pessoas com deficiência, com debates sociais sobre temas como empoderamento feminino, diversidade religiosa, meio ambiente, educação e inclusão.

Garota do Momento • a novela ambientada nos anos 50 retrata a luta contra o racismo e a atuação do movimento negro vigente na época por meio de sua protagonista, uma jovem negra sonhadora e determinada. O preconceito LGBTQIA+ e o etarismo também são temas abordados por meio de outros personagens da trama.

Volta por Cima • com uma família negra como protagonista, a trama fala do cotidiano de milhares de brasileiros que acordam cedo para trabalhar e ganhar a vida. A novela também dá espaço a sotaques de diferentes regiões do Brasil, com atores do Rio Grande do Sul e do Amazonas.



Volta por cima • família da protagonista vividas por Jéssica Ellen, MV Bill, Tereza Seibnitz e Bia Santana



Garota do Momento • Duda Santos

Mania de Você • com uma protagonista negra que luta para superar as dificuldades da vida, a novela aborda ainda debates de gênero com personagens que são oprimidas por seus maridos e conflitos de classe.

Rancho Fundo • a trama, que se passava no Nordeste, trouxe os contrastes entre a pobreza e a prosperidade da região, além de debate sobre a valorização e o respeito à mulher em espaços majoritariamente masculinos, como o garimpo.

Família é tudo • apresenta uma soma relevante de personagens negros com diferentes perfis, ocupações e destaques na trama. O grupo de protagonista, formado por cinco irmãos, apresentavam diversidade racial, sendo dois deles negros. Além disso, a novela apresentou representatividade LGBTQIA+ com personagens gays e trans.

Renascer • trouxe o debate da diversidade religiosa, com diálogos entre personagens candomblecistas, católicos e evangélicos, além de abordar temas como a homofobia e transfobia a partir da história de uma personagem transgênero.

Humor



Encantado's 2 • nessa temporada houve investimento maior nas figuras femininas, como a entrada de Dalva, no lugar do bicheiro Madurão, como grande antagonista. Tivemos também uma maior visibilidade do personagem Celso Tadeu, um locutor *gay* que apresenta suas ambições artísticas para além do trabalho no supermercado.



Encantados's 2 • Luís Miranda e Vilma Melo

Tô nessa • o conteúdo marca a volta dos programas de humor da Globo e conta a história de uma família inter-racial formada por mulheres de classe média que lutam para pagar boletos. A vizinhança conta com personagens negros, amarelos e LGBTQIA+, refletindo o retrato diverso do subúrbio carioca.

Séries



Os Outros 2 • a série se propõe a retratar o microcosmo carioca, dessa vez o de um condomínio de classe alta da Barra da Tijuca. Houve a adição de personagens, como Raquel e Maria, que contribuem para o enriquecimento das discussões sobre maternidade e as diferentes perspectivas de mulheres de idades e origens distintas acerca do tema.



Os Outros • elenco da segunda temporada

Cosme Damião – Quase Santos • trouxe, em dez episódios, histórias do subúrbio vividas por dois personagens vendedores de bala e uma mulher negra 60+ chefiando sua família.

Variedades e auditório



Encontro com Patrícia Poeta • se dedicou, durante as Paralimpíadas, à repercussão diária do mundial com entrevistas com atletas que se destacaram em Paris. Em datas como o Dia Internacional pela Eliminação da Violência contra a Mulher e o Dia dos Povos Originários, o programa trouxe convidados e reportagens especiais para uma reflexão ética e atualizada sobre os temas.

Mais Você • em homenagem ao Dia do Orgulho LGBTQIA+, o quadro de transformação “Tapa no Visual” foi protagonizado, pela primeira vez, por uma mulher trans. O programa trouxe ainda entrevistas com o atleta paralímpico e apresentador Fernando Fernandes e com as atrizes negras Gabz e Jéssica Ellen, que falaram sobre suas protagonistas nas novelas “Mania de Você” e “Volta Por Cima”.

É De Casa • o quadro “A Voz da Emoção”, apresentado por Galvão Bueno, trouxe histórias inspiradoras de superação de pessoas que, apesar das adversidades, conseguiram vencer na vida, como uma mulher negra de família humilde de trabalhadores rurais que se tornou desembargadora. Em abril, mês da conscientização sobre o autismo, o programa exibiu ainda uma série de reportagens abordando o assunto de forma inclusiva.



Pedro Bial e Liniker

Conversa com Bial • importantes pautas sociais ganharam espaço no programa. Entre os destaques da temporada, um debate sobre a arte *drag* com uma plateia 100% formada por convidados *drag queens*, uma conversa sobre a sexualidade de

peessoas com deficiência, além de entrevistas com Liniker, a primeira artista transgênero do Brasil a vencer um Grammy Latino, e com as atletas negras campeãs mundiais Rebeca Andrade e Bia Souza.

Caldeirão com Mion • trouxe a estreia do novo quadro fixo “Caldeirão Informa – Arte Transforma”, o primeiro espaço da televisão brasileira dedicado exclusivamente a pessoas com deficiência que são artistas. Foram exibidos 17 episódios que destacaram histórias dessas pessoas que tiveram suas vidas transformadas por meio da arte.

Altas Horas • promoveu a cultura regional do Brasil, com programas que fizeram homenagem ao estado do Pará e do Rio Grande do Sul. Celebrou os 40 anos do Axé com um programa de fim de ano e também trouxe o protagonismo feminino em edições especiais ao longo do ano.

Domingão com Huck • com várias histórias de impacto social, destacaram-se homenagens ao ator Juan Paiva, cuja trajetória inspiradora começou na Favela do Vidigal e o levou ao papel de galã da novela “Renascer”, e ao atleta paralímpico



Caldeirão com Mion • Caldeirão Informa - Arte Transforma com Fernando Pavone e Marcos Mion

Gabrielzinho, celebrado no seu retorno de Paris. Além disso, a nova temporada do quadro “The Wall” deu visibilidade a histórias com temas de relevância social e diversidade. Entre os participantes, estavam Cleber Reikdal e Gustavo Cavalcanti, que participaram para arrecadar fundos para o treinamento da filha adotiva Maria Joaquina, uma menina trans e atleta de patinação no gelo.

Admiráveis Conselheiras • o programa, apresentado por Astrid Fontenelle, apresenta mulheres 60+ que compartilham conselhos, memórias e

emoções, revelando segredos e visão de mundo a partir de suas vivências longevas e bem-sucedidas.

Realities tvglobob MULTISHOW globoplay

Big Brother Brasil 2024 • foi palco de acontecimentos marcantes, que trouxeram para o centro do debate questões relacionadas a raça, classe, gênero, estratificação social, diferenças linguísticas, regionais, acessibilidade e saúde mental.

Estrela da Casa • reuniu 14 talentos que sonhavam em se tornar uma nova grande estrela da música e representaram os mais diversos estilos musicais, como *funk*, *forró*, *piseiro*, *sertanejo*, *rap*, *trap*, *gospel*, *samba*, *pagode*, *pop* e *pop rock*. O novo *reality* musical proporcionou ao seu primeiro vencedor, além de um prêmio em dinheiro, a oportunidade de fechar um contrato com uma gravadora e fazer uma turnê pelo país.

Música tvglobob MULTISHOW

Afropunk • o festival internacional celebrou, mais uma vez, a identidade e a potência negra em sua edição brasileira, que foi transmitida, direto de Salvador, pelo terceiro ano consecutivo.

Especial Amigas • preparou uma noite de celebração da música sertaneja e da força feminina nesse universo. Se apresentaram em um espetáculo as cantoras Ana Castela, Lauana Prado, Maiara & Maraísa e Simone Mendes.

Sinfonia de Natal • o musical uniu o sambista Péricles com o maestro João Carlos Martins e a Orquestra Bachiana Filarmônica Sesi-SP, em um especial que misturou música e dramaturgia. Na apresentação, Péricles deu vida a um trabalhador humilde da periferia de São Paulo que tinha o sonho de viver da música.



Festival AfroPunk • terceira edição foi transmitida pelo Multishow

Filmes e documentários



Dona Lurdes • longa-metragem produzido pelos Estúdios Globo e protagonizado por uma atriz 60+, que abordou a pauta feminina da casa vazia quando os filhos crescem e a necessidade da mulher valorizar o seu papel para além da maternidade.

Segura Essa Pose • abordou a cultura marginalizada da cena *ballroom* do

Rio de Janeiro, conhecida por acolher jovens LGBTQIA+, pretos e periféricos que se unem e se apoiam para constituir famílias.

Belo: perto demais da luz • em quatro episódios, contou a jornada do cantor Belo, homem pardo, criado na favela, que se tornou um dos cantores de pagode mais aclamados no país.

Davi, um cara comum da Bahia • contou a história do vencedor do BBB 24, um

baiano negro e de origem humilde nascido e criado na periferia de Salvador.

3x Ártico – O Alerta do Gelo • falou sobre o aquecimento global, logo após 2023 ter sido considerado pelos especialistas o ano mais quente da história do planeta.

Tributo • novo episódio da série foi dedicado a Zezé Motta, expoente da cultura afro-brasileira e uma das maiores atrizes do Brasil.



Segura Essa Pose • membros da Pioneer Royal House of Cazul, da cena *ballroom* carioca



Tributo • homenagem a Zezé Motta



3x Ártico • Ernesto Paglia apresentou a série que mostrou o impacto ds mudanças climáticas na Groelândia



Campanhas e publicidade responsável

GRI 3-3 • DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS • PUBLICIDADE RESPONSÁVEL

Finalizamos o processo de atualização do Manual de Práticas Comerciais da Globo, que começou em 2023. O documento é baseado no Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária e está [disponível online](#). O manual consolida a atuação de nossas plataformas Globo e deixa as nossas diretrizes mais alinhadas com as práticas ESG. Em 2024, realizamos treinamentos remotos e presenciais sobre o manual nas nossas unidades e filiadas, fechando o ano com 930 pessoas treinadas. Além disso, iniciamos a revisão da Política Comercial da Globo.

A publicidade é peça fundamental no nosso negócio e está presente em todas as nossas plataformas. Priorizamos manter um ambiente seguro para as marcas e atuamos somente com anunciantes que atendam à legislação. Realizamos análise prévia rigorosa de todos os conteúdos publicitários e investimos

em tecnologia assistida por IA para avançar nessa curadoria. Além disso, fazemos ajustes contínuos nas diretrizes internas com base em *feedback* e resultados de análises de conteúdo. [GRI 203-1 | 203-2](#)

É um compromisso nosso dar visibilidade a causas e ações relevantes da sociedade civil. Em 2024, cedemos R\$ 256,9 milhões em mídias para campanhas sociais e veiculamos o equivalente a R\$ 471,4 milhões em campanhas sociais próprias da Globo.

Veiculamos campanhas institucionais que promovem a conscientização e o engajamento social da nossa audiência em nossa programação e plataformas. Em 2024, podemos destacar as campanhas a seguir:

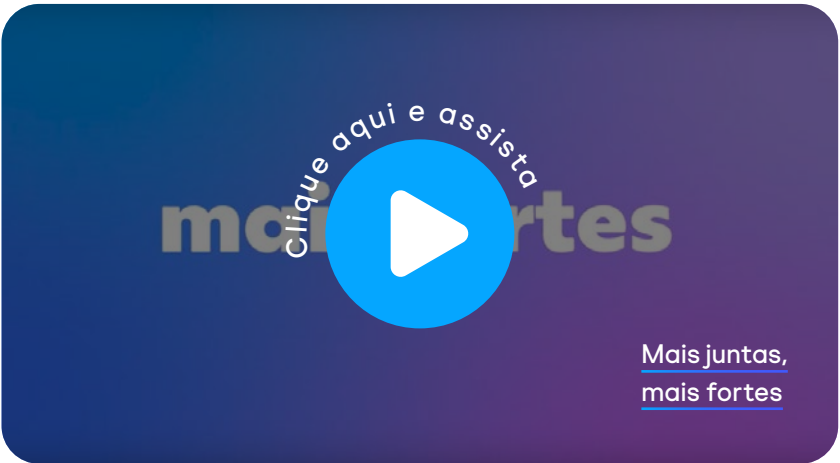
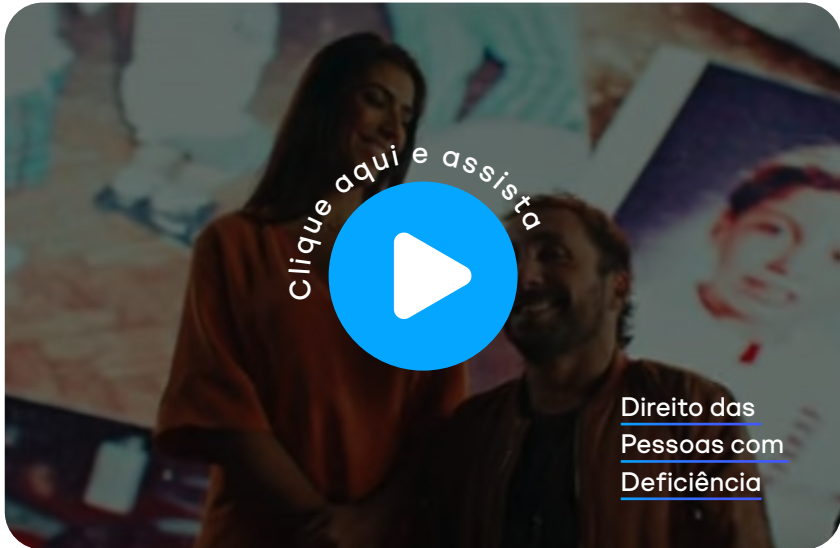
Menos é Mais

No mês do “Dia da Sobrecarga da Terra”, campanha reafirma nosso compromisso em valorizar e proteger a biodiversidade e promover a consciência ambiental.



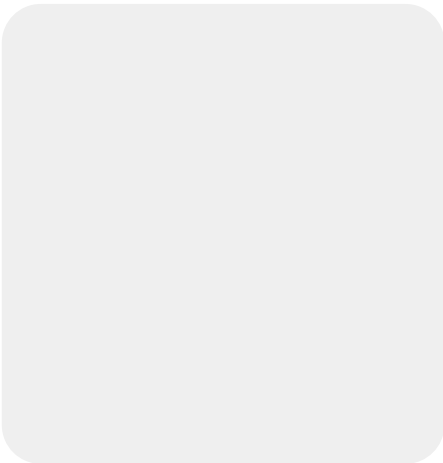
Direitos das Pessoas com Deficiência

Campanha destaca a importância de conversar sobre os direitos das pessoas com deficiência de maneira firme e contínua.



Mais juntas, mais fortes

Campanha do mês de março exalta a sororidade, positividade, respeito, união feminina e valorização da mulher.

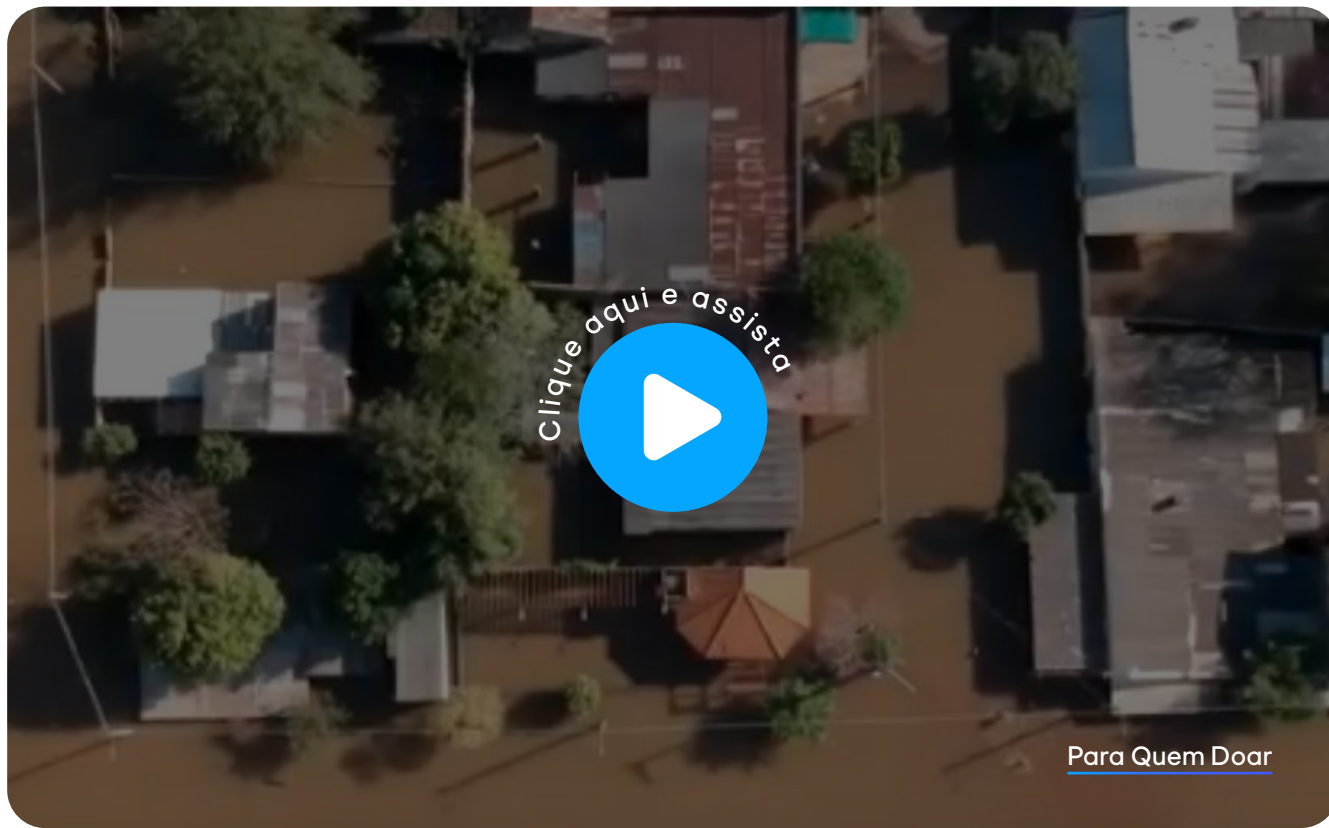


Para Quem Doar

Campanha incentiva a cultura da doação por meio da plataforma que une instituições e sociedade.

Negritudes

O mote da campanha 2024 é "Sorrir é resistência!", que mostra a alegria como fio condutor da vivência e resiliência do povo negro.



[Para Quem Doar](#)

Expansão do Festival Negritudes

GRI 203-1 | 203-2

Além de São Paulo, pela primeira vez o Festival Negritudes Globo esteve em mais duas cidades: Rio de Janeiro e Salvador. Os três eventos reuniram cerca de 140 convidados, entre eles artistas, jornalistas e personalidades, para debater e celebrar as narrativas negras no audiovisual. Mais de 14 mil pessoas participaram dos eventos presencialmente, e no Globoplay foram mais de 120 mil visualizações.

Um pilar importante do Negritudes Globo é a realização de mentorias e oficinas. Mais de 100 profissionais e estudantes negros receberam treinamentos e orientações sobre diversas áreas de atuação no mercado audiovisual.

O Festival é realizado desde 2022 com o objetivo de levar as narrativas negras para o centro da conversa, estimular encontros, incentivar a criatividade e discutir o cenário atual do audiovisual brasileiro.



[Negritudes](#)



Festival Negritudes • edição inédita no Rio de Janeiro

Criança Esperança

GRI 3-3 • DAR VISIBILIDADE ÀS CAUSAS •
DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS | 203-1 | 203-2

Há quase 40 anos, o Criança Esperança cria oportunidades de desenvolvimento para crianças e jovens em todo o Brasil. Já foram mais



Criança Esperança • Xuxa participou como uma das atrações musicais

de R\$ 460 milhões arrecadados em doações, beneficiando mais de 6 mil projetos sociais e ajudando mais de 5 milhões de crianças, adolescentes e jovens em todo o Brasil.

Realizado em parceria com a Unesco, é um dos projetos sociais mais longevos do país, responsável por influenciar o hábito da doação e gerar possibilidades e oportunidades para milhares de crianças e adolescentes. Em 2024, o conceito da campanha foi “Dê Esperança a Uma Criança”.

A campanha exibiu seis filmes na programação da TV Globo, destacando os protagonistas do projeto: os beneficiados pelas instituições apoiadas pelo Criança Esperança. Nas peças, seis diferentes talentos da Globo visitam os espaços, reiterando a mensagem de que toda criança tem direito a cultura, educação e uma vida melhor, além de mostrar o potencial transformador de cada doação.

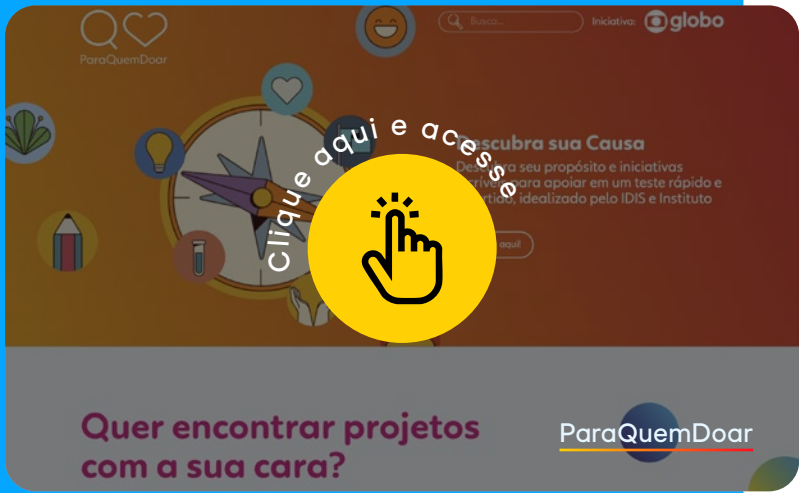
Em 2024, 100 projetos foram apoiados, com um investimento de R\$ 18,5 milhões.

Plataforma ParaQuemDoar

GRI 3-3 • DAR VISIBILIDADE ÀS CAUSAS |
203-1 | 203-2

A plataforma ParaQuemDoar, que conecta quem quer doar a quem precisa receber, tem papel importante ao longo do ano, dando visibilidade a urgências e temas socioambientais como Educação, Meio Ambiente, Raça, Gênero e Pessoas com Deficiência. Em 2024, fizemos um trabalho de grande relevância por meio da plataforma, a campanha de apoio ao Rio Grande do Sul, veiculada na programação e nos intervalos dos canais Globo. A ação incluiu a parceria com o Festival “Salve o Sul”, reunindo grandes artistas da música brasileira em dois dias de shows em São Paulo, com o objetivo de arrecadar fundos para as vítimas das enchentes no estado.

O evento, organizado pela Associação Brasileira de Promotores de Eventos (Abrape) em parceria com a Globo, foi transmitido ao vivo pelos canais Multishow, BIS e Globoplay Premium, com parte da cobertura também exibida pela TV Globo. A ação passou por auditoria externa, para garantir transparência, e toda a receita obtida com a venda de ingressos foi destinada à causa, com 50% do valor em doações diretas de bens e os outros 50% para instituições de apoio. As doações também puderam ser feitas na plataforma ParaQuemDoar.





#2

Promover a diversidade e a inclusão em nossos conteúdos e nas nossas equipes.

Diversidade & inclusão



Diversidade & inclusão

Promover a diversidade e a inclusão em nossos conteúdos e nas nossas equipes.

Legenda
do status



Meta em andamento



Meta alcançada

[Veja como chegamos nessas metas](#)

Metas 2030	Status 2024		Temas materiais	ODS
Ampliaremos a diversidade nas equipes internas, com foco em negros, mulheres, população LGBTQIA+ e pessoas com deficiência (grupos sub-representados priorizados pela Companhia).	81% dos colaboradores recrutados são de grupos sub-representados.		Diversidade na equipe e representatividade nas telas; Diálogo com <i>stakeholders</i>	510
Recrutaremos no mínimo 50% de mulheres e negros até 2030.	Mulheres 50% até 2030 53% Negros 50% até 2030 45%		Diversidade na equipe e representatividade nas telas	510
Ampliaremos projetos focados na atração de talentos desses grupos sub-representados para posições de liderança.	Lançamento do Programa Trainee Globo para pessoas negras e pessoas com deficiência, atingindo cerca de 15 mil pessoas inscritas para o processo seletivo.		Diversidade na equipe e representatividade nas telas; Diálogo com <i>stakeholders</i>	510
Trabalharemos de forma contínua as parcerias com instituições voltadas para a empregabilidade de pessoas de grupos sub-representados.	Ampliação em 10% das ações de marca empregadora exclusivas para grupos sub-representados.		Diversidade na equipe e representatividade nas telas; Diálogo com <i>stakeholders</i>	51016
Teremos a participação de pelo menos 80% da liderança, incluindo áreas de conteúdo (estúdios, jornalismo e esporte), nos treinamentos de diversidade e inclusão e de <i>compliance</i> .	86% da liderança treinada em temas de diversidade e inclusão e 96% em <i>compliance</i> .		Diversidade na equipe e representatividade nas telas; Combate ao assédio e à discriminação	510
Direcionaremos 50% das novas vagas nos times de conteúdo, que contemplam time de Produção, time de Direção e time de Criação/ Criadores, para pessoas de grupos sub-representados, considerando o diagnóstico de principais ausências nos desenvolvimentos e/ou produções.	Criação 50% até 2030 73% Direção 60% Produção 50% até 2030 100%		Diversidade na equipe e representatividade nas telas; Diálogo com <i>stakeholders</i>	510
Em sintonia com o mercado audiovisual, participaremos e promoveremos eventos que enalteçam a cultura de grupos sub-representados, de origem periférica e naturalidade fora do eixo Rio-São Paulo.	Eventos próprios (6): Negritudes (3) , LED (2) e Criança Esperança. Eventos de terceiros: REC’n’Play (Recife), Expo Favela (Fortaleza), Seminário 30 anos da Declaração de Salamanca(Brasília), Enej (Florianópolis) e Conedu (Fortaleza).		Diversidade na equipe e representatividade nas telas; Diálogo com <i>stakeholders</i>	51016

Aprimorando nossa estratégia

GRI 3-3 • DIVERSIDADE NA EQUIPE E REPRESENTATIVIDADE NAS TELAS

Nos últimos quatro anos, nossa estratégia de diversidade e inclusão foi fundamentada em cinco pilares: educação, recrutamento, comunicação, carreira e grupos de afinidade. Os principais objetivos incluíram a promoção de ações afirmativas para diferentes públicos, a ampliação das iniciativas de educação e comunicação e o desenvolvimento de ações voltadas para a carreira.

Em 2024, revisamos nossa estratégia, resultando na implementação de um novo pilar: equidade para políticas e processos. Esse novo pilar nos prepara para os desafios dos próximos três anos, focando no aprimoramento de políticas e processos internos com base no mapeamento das necessidades de perfis diversos. Nossas ações são direcionadas a quatro grupos prioritários: mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência e a comunidade LGBTQIA+.

Compartilhamos constantemente nossas oportunidades e desafios com os times e lideranças, incentivando

a responsabilidade de todos na construção de um ambiente de trabalho representativo e inclusivo.

Os resultados de nossas ações têm sido muito positivos, com 86,1% dos colaboradores reconhecendo a Globo como uma empresa inclusiva, na qual todos podem ser quem realmente são. Acreditamos no valor da diversidade e inclusão para nossos times e negócios e reconhecemos o impacto de nossas iniciativas, garantindo respeito e oportunidades para todas as pessoas.

“Ao longo dos meus 25 anos de profissão, em muitos momentos me senti sozinha: a única pessoa negra de muitos encontros, sets e reuniões de trabalho. Hoje, olho para os novos rostos da empresa e me sinto muito feliz em ver que estamos no caminho para construir um ambiente mais diverso e inclusivo. Diversidade não é uma questão de moda, mas absolutamente necessário para ecoar na sociedade e conectar com pessoas e suas mais variadas complexidades. Quanto mais representatividade em nossos quadros e equipes, melhor contamos nossas histórias, refletindo uma escuta atenta ao Brasil, tão gigante, que inspira e move nossas criações artísticas.”

Maria Joana Lessa
Diretora de Programa

Cultura inclusiva

GRI 3-3 • DIVERSIDADE NA EQUIPE E REPRESENTATIVIDADE NAS TELAS

Pilar educação

Promovemos uma agenda de sensibilização e conscientização sobre diversidade e inclusão. Ao longo dos últimos quatro anos, abordamos temas como gênero, raça, pessoas com deficiência e, em 2024, focamos no tema LGBTQIA+. Realizamos mais de 15 turmas para lideranças e equipes, totalizando 30 horas de capacitação. Nos últimos quatro anos, 86% das nossas lideranças foram impactadas pelos nossos treinamentos.



Pilar comunicação

Reforçamos e divulgamos nossas ações por meio dos canais de comunicação da empresa. Anualmente, utilizamos um calendário de diversidade e inclusão, desenvolvendo campanhas específicas em datas comemorativas, em conjunto com os grupos de afinidade, criando conteúdos para toda a empresa. Realizamos mais de 53 eventos, *lives* e iniciativas de comunicação, impactando todas as áreas da empresa.

Divulgamos o Guia SER+ e o Manual de Autodescrição, voltado para inclusão de pessoas com deficiência, além da realização de 18 *videocasts* junto ao globotechcast, plataforma de *podcast* da área de tecnologia da Globo, com mais de 20 mil acessos.

Eloa Moreira, Caio Soares e Suzana Soares

Representatividade

Pilar recrutamento

Em 2024, seguimos avançando em nossa estratégia de recrutamento para grupos sub-representados. O desenvolvimento do Programa Trainee Globo para pessoas negras e pessoas com deficiência permitiu a atração e seleção de talentos para uma jornada de desenvolvimento acelerado, com foco na formação de novas lideranças. Além disso, nossas iniciativas de marca empregadora continuam gerando impacto, fortalecendo conexões com organizações parceiras e ampliando nossa relevância para os grupos prioritários da Globo.

Nosso Programa Estagiar continua sendo uma importante porta de entrada para talentos diversos. Com um olhar contínuo para inclusão e desenvolvimento, reforçamos nossa atuação para ampliar o alcance do programa, atraindo e formando profissionais de diferentes perfis para impulsionar a carreira e a inovação dentro da Globo.



Trainees aprovados com a alta liderança • da Globo e o time de Gestão de Talentos

Recrutamento 2024

- » 53% são mulheres
- » 45% são negros
- » 88% dos estagiários efetivados são de grupos sub-representados
- » 69% dos estagiários e jovens aprendizes são mulheres
- » 65% dos estagiários e jovens aprendizes são negros

Ana Lu, Kaique e Thamiris



Representatividade

Pilar carreira

Em continuidade ao nosso compromisso com as carreiras dos grupos sub-representados, realizamos o segundo Ciclo do Programa de Mentoria, que incluiu três frentes, sendo duas delas exclusivas para mulheres e pessoas negras e a terceira voltada para lideranças. O Programa de Mentoria tem como objetivo o desenvolvimento das nossas pessoas e o aumento da representatividade na liderança da Globo, por meio de uma rede de aprendizagem coletiva. Além disso, preparamos as pessoas negras participantes para *pitches* de carreira, gerando a oportunidade de aproximação e conexão com a alta liderança das mais diversas áreas da empresa.

No Programa Estagiar de 2024, implementamos uma trilha específica para pessoas negras com o objetivo

de criar espaços seguros, reforçar o senso de pertencimento e ampliar o repertório dos estagiários, gerando mais oportunidades para o avanço de suas carreiras. Além disso, a trilha contou com uma curadoria de temas relevantes, contribuindo para o desenvolvimento dos estagiários e de seus gestores, fortalecendo a prática de uma liderança mais inclusiva.



Estagiários Globo • Victor, Paula, Caio, Sarah e Amanda

Equidade

Pilar de políticas e processos

Nosso foco com o pilar de equidade é o aprimoramento das políticas e processos internos, com base no mapeamento das necessidades dos perfis plurais. Dentre as iniciativas, destacamos o programa Jornada da Pessoa com Deficiência, que tem como objetivo promover melhorias na trajetória desse público

dentro da empresa. Realizamos um mapeamento e identificamos melhorias em diversas áreas.

Construímos, em uma abordagem multidisciplinar, mais de 40 iniciativas, que começaram a ser priorizadas em 2024. Para os próximos dois anos, avançaremos ainda mais na execução das iniciativas propostas, buscando cada vez mais a inclusão das pessoas com deficiência dentro da Globo.



Ana Paula Brasil e Natila Oliveira • encontro do segundo Ciclo do Programa de Mentoria

Grupos de afinidades e comitês de diversidade

GRI 3-3 • DIVERSIDADE NA EQUIPE E REPRESENTATIVIDADE NAS TELAS

Em 2024, para fortalecer ainda mais os grupos de afinidade, foram abertas novas vagas para participação, resultando em um aumento de 80% nas inscrições. As pessoas colaboradoras desses grupos, que compartilham experiências pessoais e profissionais, apoiam na busca por soluções práticas, contribuindo para um ambiente mais acolhedor, representativo e inclusivo na empresa. Veja, a seguir, mais detalhes sobre a atuação de cada um desses grupos:

SOMOS (comunidade LGBTQIA+) • no Mês do Orgulho, realizamos *podcasts*, com mais de 2.000 visualizações, e fizemos um mural de fotos com depoimento de colaboradores. Além disso, realizamos um evento no Estúdio do globotechcast com a participação de mais de 1.100 pessoas.



UNA (mulheres) • a pauta da valorização da pluralidade feminina foi celebrada em um grande evento realizado no Estúdio do Domingão, que contou com a participação de mais de 1.000 pessoas nos formatos presencial e *online*.



SER+ (pessoas com deficiência) • divulgamos o Guia SER+ e o Manual de Autodescrição e realizamos *lives* e eventos com mais de 1.300 participantes, apresentando a importância da comunicação acessível e do processo de inclusão para pessoas com deficiência.



GLOBUNTU (pessoas negras) • durante o Novembro Globo, realizamos uma série de ações, como eventos, *podcasts* e conteúdos em toda a programação para celebrar a cultura negra. Um grande evento no Rio de Janeiro foi realizado, além de rodas de diálogos nas regionais de São Paulo, Belo Horizonte, Recife e Brasília rodas de diálogo com a temática *Protagonizando Nossos Sonhos*, com a participação de colaboradores da Globo para relatar suas vivências. As iniciativas impactaram mais de 900 pessoas ao longo de todo o mês.

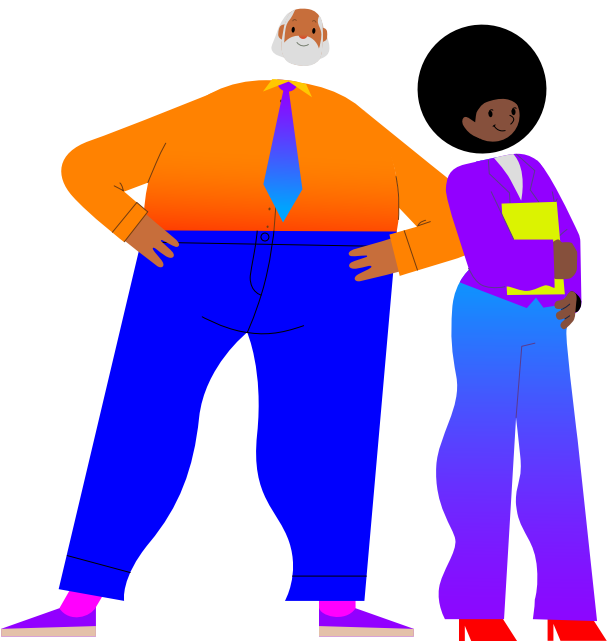


Na Globo, também temos cinco Comitês Internos de Diversidade e Inclusão, que são liderados por diversas áreas e têm como propósito apoiar a estratégia da agenda, considerando as demandas de cada área. Nos grupos de afinidade e comitês internos, contamos com mais de 260 pessoas.

Combate ao assédio e à discriminação

GRI 3-3 • COMBATE AO ASSÉDIO E À DISCRIMINAÇÃO

Promovemos constantes iniciativas de comunicação, treinamento e conscientização sobre o tema, com amplo suporte e engajamento da liderança. Não toleramos nenhum tipo de comportamento abusivo. Além do Código de Ética e Conduta, que proíbe expressamente qualquer tipo de discriminação e assédio, a empresa apoia e encoraja que situações que violam esse Código sejam reportadas por seus Integrantes à área de Compliance. [GRI 205-2](#)



Equidade salarial

Nossa estratégia de remuneração se baseia em dados de pesquisas de mercado, a fim de garantir a competitividade da Companhia. Na Globo, trabalhamos com políticas e práticas baseadas na função e no desempenho do colaborador, sem interferência de marcadores identitários.

Desde a aprovação da Lei nº 14.611/2023, que determina igualdade salarial e de critérios remuneratórios entre mulheres e homens, passamos a divulgar os Relatórios de Transparência e Igualdade Salarial de Mulheres e Homens de cada unidade da Globo. As informações do documento são agrupadas pelo Ministério do Trabalho e Emprego por meio dos sistemas eSocial, Rais e Portal Emprega Brasil.

Os dados são públicos e podem ser acessados no portal [Somos Globo](#).

No Rancho Fundo • bastidores das gravações da novela

Pluralidade nos times criativos

GRI 3-3 • DIVERSIDADE NA EQUIPE E REPRESENTATIVIDADE NAS TELAS

Acreditamos que a diversidade e a inclusão atuam também como um motor para a inovação e a criatividade do negócio. Nossa estrutura criativa é composta por equipes de autores, diretores, produtores, pesquisadores e consultores. Preocupamo-nos em

garantir representatividade de todos os públicos por trás das telas.

É a pluralidade de um time criativo que guia a transformação dos conteúdos. Essa é uma frente muito relevante, mas que também se apresenta como um desafio constante, afinal é a atenção e vigilância contínua que vão permitir a manutenção das conquistas, para que espaços ocupados não sejam perdidos.



Nas cadeiras de liderança da área de criação, avançamos na diversidade de gênero, com 47% sendo ocupadas por mulheres, contra 43% em 2023. Já na alta liderança dos Estúdios Globo, 63% dos cargos são ocupados por mulheres.

Veja, a seguir, algumas das produções assinadas por equipes diversas:

Novelas e séries

Das novelas exibidas em 2024, tivemos mais de 40% de participação de negros no elenco principal, com destaque para **Volta por Cima** e **Renascer**. No time de direção, todas as novelas tiveram participação de pessoas negras.

Já em séries, **Os Outros 2** teve quase metade do seu elenco composto por pessoas negras. Em direção, a composição foi majoritariamente de mulheres.

Humor

A sitcom **Tô Nessa** teve alta representatividade negra. A sala de criação teve 50% de talentos negros e o elenco ultrapassou mais

da metade. A direção também foi majoritariamente feminina.

A série **Encantado's 2** apresentou participação significativa de negros, mulheres e pessoas do grupo LGBTQIA+ dentro dos públicos de Criação, Direção e Elenco.



Renascer • Marcos Palmeira, Duda Santos e Humberto Carrão



Tô Nessa • elenco da série liderada por Regina Casé

Realities

No **BBB 24**, 50% dos participantes foram mulheres e mais de 40% eram pessoas negras, com representantes também do grupo LGBTQIA+, pessoas com deficiência e pessoas com neurodivergência.

O novo reality **Estrela da Casa** foi composto majoritariamente por participantes negros, e a sala de criação teve forte participação de mulheres e negros, além de uma liderança LGBTQIA+.

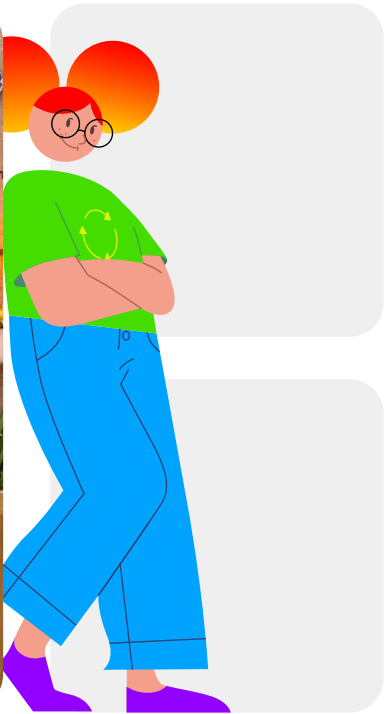
É de Casa • Rita Batista, Talitha Morete, Thiago Oliveira e Maria Beltrão



Programas de variedades

No **Criança Esperança**, a liderança da sala de roteiro foi feminina e contou com uma equipe com participação de negros e pessoas do grupo LGBTQIA+.

Nos programas das manhãs – **Encontro, Mais Você** e **É de Casa** –, nossas salas de criação foram lideradas majoritariamente por mulheres.



Música

A edição de 2024 do **Prêmio Multishow** ampliou vozes e talentos de todo o Brasil, com mais de 40 artistas de diferentes regiões, incluindo negros, LGBTQIA+ e mulheres. Destaque para a categoria Brasil, na qual concorreram artistas regionais de grande projeção nacional. A vencedora de 2024 foi a cantora Viviane Batidão, do Pará.

Capacitação de talentos

Priorizamos a contínua capacitação dos nossos times artísticos, além da busca recorrente por novos talentos. Entre as ações de pesquisa e desenvolvimento voltadas para esse público, podemos destacar:



Iniciativas GRI 203-1 203-2	Status
Laboratório de Narrativas Negras e Indígenas para o Audiovisual (Lanani) • realizado em parceria com a Flup, promove o acesso de roteiristas desses grupos no mercado.	» 5 regiões impactadas » 20 autores selecionados » 30 talentos Globo envolvidos » 3 dias de imersão nos Estúdios Globo » 56h de aulas <i>online</i>
Cria Globo Autores • promove oficinas de texto para acelerar e potencializar autores e roteiristas que já estão na empresa, fortalecendo a criação da dramaturgia longa.	» 24 participantes e 9 projetos em desenvolvimento » Mais de 100 horas de aulas
Cria Globo Atores • Desenvolve e potencializa talentos, além de ampliar o nosso olhar para diversos territórios do Brasil.	» 10 turmas realizadas » 142 talentos impactados
Mergulho no Universo • Potencializa as equipes e produtos da grade, mergulhando nos eixos temáticos dos conteúdos/obras de ficção e não ficção, nas fases de desenvolvimento de texto, conceituação artística, realização e em marcos estratégicos da narrativa.	» 12 programas » 12 eixos temáticos » Mais de 1.200 pessoas impactadas
Festival de Teatro • é promovido dentro dos Estúdios Globo e em 2024 apresentou Azira’l, A Lista e A invenção do Nordeste.	» 3 obras realizadas (entre elas, uma indígena e uma sobre regionalidade) » +700 pessoas impactadas

A Invenção do Nordeste •
Quitéria Kelly,
Henrique Fontes,
Rafa Guedes e
Igor Fortunato

Mergulho no Universo •
Mania de Você





#3

Investir no desenvolvimento contínuo e no bem-estar de nossos colaboradores, buscando ser, cada dia mais, uma empresa da qual todos se orgulhem de pertencer.

Desenvolvimento & bem-estar dos colaboradores



Desenvolvimento & bem-estar dos colaboradores

Investir no desenvolvimento contínuo e no bem-estar de nossos colaboradores, buscando ser, cada dia mais, uma empresa da qual todos se orgulhem de pertencer.

Legenda
do status

 Meta em andamento

 Meta alcançada

[Veja como chegamos nessas metas](#)

Metas 2030	Status 2024		Temas materiais	ODS
Seremos, cada vez mais, uma empresa na qual os colaboradores percebam ter oportunidades de se desenvolver no dia a dia.	81,9% dos colaboradores acreditam que o dia a dia na Globo contribui para seu aprendizado e desenvolvimento, segundo a pesquisa de engajamento.		Diálogo com stakeholders	4 8 10
Teremos ações que promovam a aproximação dos nossos colaboradores com iniciativas sociais que gerem impacto na sociedade.	23 ações realizadas, como doação de sangue, brinquedos, alimentos para famílias no RS, plantio de árvores e reforma de casas em comunidades socialmente vulneráveis.		Diálogo com stakeholders; Respeito aos direitos humanos; e Saúde e bem-estar dos colaboradores	10
Teremos oportunidades de desenvolvimento para colaboradores com foco em temas sociais e ambientais.	40% dos colaboradores participaram de ações de desenvolvimento socioambientais.		Respeito aos direitos humanos	4 8 10
Fortaleceremos nosso programa de saúde e bem-estar, destacando uma cultura de saúde preventiva.	Lançamento de capacitação em saúde mental para coordenadores, com 25% dos líderes impactados.		Saúde e bem-estar dos colaboradores	3 8
Teremos uma política que estabelece os compromissos com a Segurança do Trabalho na Globo, amplamente difundida entre os colaboradores, disseminando a cultura de segurança para todos.	Política em fase de revisão e com aprovação prevista para 2025.		Saúde e bem-estar dos colaboradores	3 8 16
Garantiremos pelo menos 95% de conformidade (documentos de criticidades alta, média e baixa) dos terceiros/fornecedores prestadores de serviço com relação ao cumprimento dos requisitos legais e trabalhistas para com seus colaboradores.	96,7%		Diálogo com stakeholders; Respeito aos direitos humanos; e Saúde e bem-estar dos colaboradores	3 8 10 16

A força do coletivo é o que nos move

GRI 3-3 • DESENVOLVIMENTO DOS COLABORADORES

Investimos na construção de um ambiente de trabalho diverso e respeitoso, que favorece o crescimento pessoal e profissional do nosso time. Acreditamos que, ao fortalecer nossas pessoas, seguimos criando, juntos, histórias inspiradoras.

Em 2019, iniciamos a nossa jornada de cultura. De lá para cá, diversas ações foram realizadas e, em 2023, para medir os avanços dessas iniciativas, realizamos uma escuta com diferentes níveis hierárquicos e áreas, identificando oportunidades

de evolução e comportamentos a serem reforçados. A partir desse diagnóstico, em 2024, **criamos nosso novo manifesto de cultura, que ressalta a força do coletivo, e priorizamos quatro frentes: Juntos para inovar, Juntos para colaborar, Juntos pelo nosso resultado e Juntos pela paixão.**

Para acompanhar os resultados do nosso movimento de cultura, lançamos uma nova pesquisa quantitativa, realizada em abril e outubro. Os resultados foram positivos e consistentes entre os dois ciclos, com 84% dos colaboradores acreditando no processo, 81% de percepção de evolução da nossa cultura, e fechamos o ano com 80% de favorabilidade*.

* Métrica que reflete o grau de satisfação e aprovação dos colaboradores.





Desenvolvimento e aprendizagem

GRI 3-3 • DESENVOLVIMENTO DOS COLABORADORES

A Globo tem como um dos seus valores investir nos seus talentos. Em 2024, lançamos nossa nova estratégia, o Aprende Globo, que prioriza o protagonismo dos colaboradores em sua jornada de desenvolvimento e reforça o papel da liderança em promover um ambiente de aprendizagem contínua. Nosso novo ecossistema de aprendizagem é dividido em cinco frentes: aprendizagem em rede, academias técnicas, desenvolvimento de lideranças, treinamentos essenciais e plataforma digital de aprendizagem, com alcance para todos os colaboradores.

Nossa estratégia vem fortalecendo a percepção positiva dos nossos colaboradores, e na última medição da pesquisa de engajamento, 81,9% afirmaram que o dia a dia na Globo contribui para seu aprendizado e desenvolvimento. Com isso alcançamos um crescimento de 8.7 p.p nos últimos 3 anos.



Aprende Globo • evento de lançamento

Aprende Globo • nova estratégia de desenvolvimento e aprendizagem

A implementação do LinkedIn Learning como plataforma de aprendizagem digital foi um marco importante, oferecendo trilhas personalizadas alinhadas às prioridades do negócio e da cultura, com mais de 21 mil conteúdos disponíveis para consumo. Em apenas sete meses, ativamos 61% das contas dos colaboradores.

A plataforma hospeda trilhas de desenvolvimento que atendem às cinco competências essenciais para o time da Globo: liderança, contadores de histórias, visão de negócio e futuro, fluência digital e dados e foco no cliente.

Aprendizagem em Rede

Na frente de aprendizagem em rede, temos há mais de 15 anos, o já consolidado Programa Milhas do Conhecimento, que incentiva colaboradores a compartilharem aprendizados, ministrar cursos e trocar experiências. Em 2024, tivemos 214 instrutores internos, impactando 26% do quadro de funcionários. Contamos também com outras iniciativas, como o Data Lab e o Você+Agil que promovem a capacitação em dados e a cultura ágil de forma organizada e acessível, atingindo, respectivamente, 42% e 10% dos colaboradores.

As nossas Academias técnicas oferecem acesso a conhecimentos específicos em áreas como finanças, jurídico, infraestrutura, tecnologia,

jornalismo, recursos humanos, marca e negócios. Ao longo do ano, 32,4% dos colaboradores participaram da iniciativa.

Veja, a seguir, outras ações de desenvolvimento realizadas:

- » **Lançamos o Programa Influenciadores de Aprendizagem** • para garantir a disseminação da nossa nova estratégia de desenvolvimento e da cultura de aprendizagem contínua por meio da influência positiva de colaboradores nos canais de comunicação interna da Globo. Serão 16 influenciadores, em todas as 12 áreas da Globo.
- » **O Gamecast Aprendizagem em Pauta** • podcast interativo que visa promover a aprendizagem por meio de histórias inspiradoras sobre temas de liderança, diversidade, cultura e atualidade. Tivemos nove episódios e mais de 2 mil pessoas impactadas.



Gamecast • Viridiana Bertolini, Nelio Xavier e Adriana Reis



Turma de Coordenadores do PTC



Turma de Gerentes do PDG



Turma de Diretores do PDD

Formação de lideranças

GRI 3-3 • DESENVOLVIMENTO DOS COLABORADORES

A estratégia de desenvolvimento da liderança Globo visa preparar os diferentes líderes para os desafios de gestão de negócios, pessoas e cultura. Em 2024, consolidamos os programas de Rituais de Transição, que são experiências imersivas que alinham a visão do que é esperado da liderança da Globo em cada nível, por meio de teoria e prática, conduzidas por parceiros renomados em educação executiva no Brasil e no mundo:

- » Programa de Transição para Coordenadores (PTC) • em parceria com o Coppead, alcançamos 62% dos coordenadores.
- » Programa de Desenvolvimento de Gerentes (PDG) • em parceria com a Fundação Dom Cabral, atingimos 93% dos gerentes.
- » Programa de Desenvolvimento de Diretores (PDD) • lançado em 2024, também em parceria com a Fundação Dom Cabral, pilotamos a primeira turma, com 25% dos diretores.

Desempenho e carreira

GRI 3-3 • DESENVOLVIMENTO DOS COLABORADORES

Realizamos mais um ciclo do Programa de Gestão de Desempenho, que avalia tanto “como” quanto “o que” os nossos colaboradores entregam, alinhando a *performance* individual aos comportamentos esperados em relação à cultura. Tivemos novamente 90% de adesão da liderança. Assim como no ano anterior, a avaliação para equipes continuou opcional e, em 2024, 72% delas estava elegível, com 46% do público concluindo a avaliação. O programa continua sendo um pilar fundamental para que cada colaborador possa investir no seu crescimento profissional.



Conscientização socioambiental e saúde preventiva

GRI 3-3 • SAÚDE E BEM-ESTAR
DOS COLABORADORES

Queremos, cada vez mais, conscientizar nossos colaboradores sobre a importância da saúde preventiva, um dos nossos desafios. Nesse sentido, em 2024, o De Boa incorporou ações de estímulo à criação de hábitos saudáveis, como alimentação balanceada, atividade física regular e cuidados com a saúde mental, valorizando a qualidade de vida dos colaboradores.

Lançamos uma capacitação em saúde mental para coordenadores com o objetivo de conscientizá-los sobre o tema e prepará-los para reconhecer, abordar e apoiar questões relacionadas à saúde mental em seus times. Em 2024, mais de 25% dos coordenadores foram treinados.

Também oferecemos oportunidades de desenvolvimento que vão além do foco profissional, colaborando para a formação de cidadãos melhores por meio de ações que aproximam nossos colaboradores de iniciativas sociais e ambientais que geram impacto positivo.



Colaboradores Globo •
ação de voluntariado

Entre os projetos de voluntariado, mais de 800 colaboradores foram envolvidos em ações de impacto social: mutirões de limpeza, plantios de muda, doação de sangue, doação de cabelo para organizações de pacientes oncológicos e arrecadação de quatro toneladas de alimentos não perecíveis, água e kits de higiene para as famílias desabrigadas pelas enchentes do Rio Grande do Sul.

“Um olhar atento para a saúde mental e o bem-estar próprio e da equipe é essencial para que possamos ser quem realmente somos. E somos diversos. Essa diversidade é que reforça para os espectadores um dos nossos grandes diferenciais. Fazer parte dessa transformação cultural e contar com o apoio dos meus gestores para promover a segurança psicológica no time é inspirador. Isso me impulsiona e me transforma a cada dia.”

Antonio Sabadine

Coordenador de Estratégia e Tecnologia

Experiência
ESG • parceria
com a ONG
Gastromotiva

Lançamos a Experiência ESG, em parceria com a ONG Gastromotiva, que busca expandir a consciência dos coordenadores sobre a temática socioambiental. Dessa forma, ampliamos o repertório desse grupo, estimulando que dialoguem com as suas equipes, pares e líderes a partir de uma vivência focada no pilar ESG.

Além dessas atividades, envolvemos os times em ações de engajamento associadas ao lançamento dos nossos produtos. Transformamos os Estúdios Globo em uma pista de corrida no clima das Olimpíadas, com 1.047 participantes. Na estreia da novela Renascer, em parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica, realizamos dois plantios de Jequitibás: nos Estúdios Globo e na Reserva Ecológica de Guapiaçu, em Cachoeiras de Macacu (RJ).



Escuta, vivência e engajamento

3-3 • DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS | GRI 2-29

Na Globo, nossa estratégia de pessoas é centrada no colaborador. Buscamos compreender de forma ampla suas necessidades, percepções e vivências para fortalecer um ambiente de trabalho cada vez mais acolhedor, inclusivo e produtivo.

Para isso, a área de Recursos Humanos atua de forma próxima e estratégica, com múltiplos canais de interação: nossa área de Comunicação Interna,

a Central de RH e os parceiros de RH que estão dentro das áreas de negócio, próximos à liderança, traduzindo as demandas dos colaboradores em ações práticas. Esses canais nos permitem manter uma conexão constante com nossos funcionários, garantindo que suas vozes sejam ouvidas e permitindo que a Globo implemente ações para tornar o ambiente de trabalho cada vez melhor.

Uma das principais ferramentas para essa escuta é a Pesquisa de Engajamento, realizada duas vezes por ano para entender a percepção



Colaboradores Globo

dos colaboradores sobre temas como clima, bem-estar, qualidade de vida, diversidade, colaboração, liderança direta e benefícios. Na última edição, tivemos 93% de participantes, com o crescimento em todos os 14 temas avaliados, e, pela primeira vez, a favorabilidade e o NPS* alcançaram a zona de excelência.

Relações trabalhistas e sindicais

GRI 2-30

Quanto ao respeito às leis trabalhistas, 100% dos colaboradores se beneficiam dos resultados da negociação coletiva, e não interferimos na liberdade sindical dos trabalhadores. Após seis anos, reconstruímos o relacionamento sindical com os radialistas de Brasília. Atualmente, nos relacionamos com 20 sindicatos patronais e laborais e, em 2024, negociamos 24 convenções e acordos coletivos de trabalho. A Globo é associada aos sindicatos empresariais nos cinco estados de atuação direta.

* NPS • Net Promoter Score/ índice de recomendação

Gestão eficiente de terceiros

GRI 3-3 • DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS • RESPEITO AOS DIREITOS HUMANOS | GRI 2-6 | 2-29 | 409-1

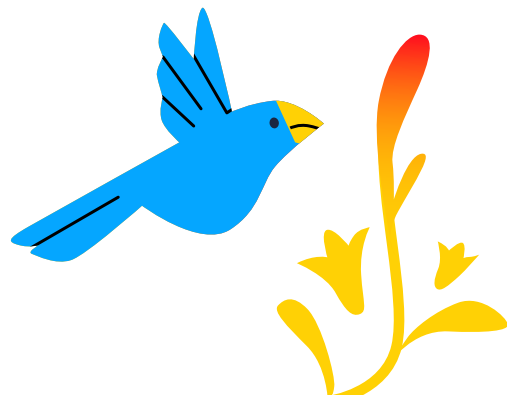
Nossa cadeia de fornecedores conta com empresas de diversas áreas de atuação e diferentes portes. Mensalmente são cadastrados mais de 750 fornecedores novos na Globo.

A Gestão de Terceiros é essencial para mitigar riscos na contratação de serviços. Por meio de um sistema especializado, monitoramos e armazenamos documentos importantes que garantem segurança e transparência na relação com nossos fornecedores.

A captação de fornecedores é feita por meio do contato da área de Suprimentos, da área demandante ou do portal de fornecedores da Globo. Nosso portal é responsável pelo cadastramento, comunicação e acesso aos documentos de orientação, como Acordos de Proteção de Dados, Códigos de Ética e Conduta, Políticas de Gestão de Terceiros e o manual de Segurança da Informação.

Realizamos continuamente o monitoramento de documentos fiscais, trabalhistas e de Saúde e Segurança do Trabalho para garantir melhores condições de trabalho para toda a cadeia. Além de uma equipe vigilante e processos robustos e confiáveis, promovemos ações de comunicação, conscientização e treinamentos com os terceiros.

A conformidade documental em relação a requisitos legais e trabalhistas ultrapassou a meta planejada para 2030, de 95%, isto é, temos garantia de cobertura dos alinhamentos e padrões da empresa com esse público. Para além de manter ou melhorar esse dado, o maior desafio da área é alcançar um resultado tão expressivo como esse na gestão dos terceiros contratados para cobertura de eventos, como *shows* e festivais. A média entre os grandes eventos realizados em 2024 é de 83,6% de cobertura. No Rock in Rio, o time alcançou 100% de cobertura com os quase mil trabalhadores alocados no festival.



Qualidade de vida e segurança do trabalho

GRI 3-3 • SAÚDE E BEM-ESTAR DOS COLABORADORES | GRI 403-1 | 403-5 | 403-6

Fomentamos iniciativas de promoção de hábitos saudáveis e prevenção de doenças e acidentes. Na Globo, temos um time de Apoio a Pessoas que funciona 24 horas por dia para dar suporte e soluções nos mais diferentes e complexos casos biopsicossociais dos nossos colaboradores e seus dependentes. Temos uma atuação diferenciada em saúde assistencial, disponibilizando plano de saúde com cobertura nacional para os colaboradores e dependentes e suporte para casos de saúde e gerenciamento de crises.

Trabalhamos no desenvolvimento de uma Política de Saúde e Segurança, que estabelece compromissos claros com o tema, formaliza processos e ambições da empresa, definindo papéis e responsabilidades. O documento foi desenvolvido e finalizado com a ajuda de uma consultoria técnica. A versão final do material foi revisada



Equipe de Segurança do Trabalho • Wilson Viana, Carlos Plínio, Tamirys Pereira, Alex Brasil e Bruno Fabbio

e encontra-se em fase final de aprovação para 2025. Nesse ano, também realizamos um estudo de mercado e criamos um grupo de trabalho para validação do sistema que consolidará todas as informações de saúde e segurança na Companhia.

Contamos, ainda, com uma plataforma que conecta informações sobre

campanhas e benefícios no âmbito de saúde, bem-estar e segurança. O portal do Programa De Boa busca promover o engajamento e produtividade dos colaboradores no tema. O programa é formado por cinco pilares estratégicos: Saúde, Bem-estar, Social, Conveniência & Financeiro e Segurança.

Outras iniciativas realizadas em saúde e bem-estar e segurança do trabalho ao longo do ano

- » **Campanhas** • sobre acidentes de trânsito durante o Maio Amarelo, Pílulas de Conhecimento do Programa De Boa, Sipat e treinamento teórico e prático para motoristas pelo Sesc, visando reduzir o número de acidentes.
- » **Promoção de saúde** • campanha de saúde mental no Setembro Amarelo, reforço do cuidado com a ergonomia no trabalho, vacinação contra gripe extensiva para familiares, prevenção contra o mosquito-da-dengue, projeto Saúde em Foco para doenças crônicas, isenção de coparticipação em consultas e exames nas campanhas Outubro Rosa e Novembro Azul. [GRI 403-6](#)
- » **Semana da Beleza** • autocuidado e celebração da pluralidade da beleza, disponibilizando serviços gratuitos para todos os colaboradores.
- » **Apoio aos colaboradores do Rio Grande do Sul devido às enchentes** • suporte psicológico e financeiro, adiantamento de férias e 13º,

vacinação de tétano, hepatite A e *influenza*, canal exclusivo de atendimento 24 horas e analista no local para acolhimento.

- » **Dia das Crianças** • celebramos o Dia das Crianças em cinco cidades onde a Globo está presente. Os colaboradores puderam trazer seus filhos(as) para recreações nos escritórios e em uma cidade cenográfica no Rio de Janeiro. No total, foram mais de 500 crianças participantes e 250 brinquedos arrecadados para doação.



Laila Jacob

Avaliação de riscos

[GRI 403-2](#) | [403-3](#) | [403-7](#)

Acreditamos na disseminação de uma cultura de segurança no trabalho e por isso promovemos ações específicas de reforço do tema. O trabalho de prevenção é feito com auxílio de ferramentas, como o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), que foi atualizado em 2024.

Também elaboramos o Laudo Técnico das Condições de Ambiente do Trabalho (LTCAT), para promover mais segurança. Além disso, avaliamos os

riscos das dinâmicas de gravação em sets, cidades cenográficas e locações externas, mapeamos os riscos e fazemos recomendações de Saúde e Segurança do Trabalho nos ambientes específicos da Globo por meio de dois documentos: Análise de Risco de Locação e Dinâmica (ARLD) e Análise de Perigos e Riscos (APR).

Mantivemos, ainda, o sistema de gerenciamento de requisitos legais, para monitorar o cumprimento das legislações aplicáveis às atividades da empresa.



Dia das Crianças nos Estúdios Globo



#4

Valorizar e proteger a biodiversidade,
promover a consciência ambiental
e respeitar os limites naturais do
nosso planeta.

Biodiversidade & consciência ambiental



Biodiversidade & consciência ambiental

Valorizar e proteger a biodiversidade, promover a consciência ambiental e respeitar os limites naturais do nosso planeta.

Legenda
do status



Meta em andamento



Meta alcançada

[Veja como chegamos nessas metas](#)

Metas 2030	Status 2024		Temas materiais	ODS
Zeraremos a utilização de combustíveis fósseis na operação direta.	61,1% de redução de combustíveis fósseis em relação a 2019.		Mudanças Climáticas; e Conscientização social e ambiental	7 12 15 11 13
Teremos 100% da nossa energia provenientes de fontes renováveis.	99,9%		Mudanças Climáticas; e Conscientização social e ambiental	7 12 11 13
Praticaremos o reúso de água nos principais endereços e minimizaremos a utilização de água potável.	Utilizamos 12,9% de água de reúso.		Conscientização social e ambiental	6 12 11
Reduziremos em pelo menos 30% as emissões absolutas em carbono equivalente, nos Escopos 1, 2 e 3, incluindo projetos próprios na estratégia de compensação das emissões residuais.	23% 30% até 2030		Mudanças climáticas; Conscientização social e ambiental; e Diálogo com stakeholders	7 12 11 13
Seremos uma empresa Aterro Zero, por meio da utilização de tecnologia e novos materiais com foco na redução da geração de resíduos e maximização da Economia Circular (Ex. madeira bioplástica, cenários virtuais, cenários fixos e de multiúso).	14,6%		Conscientização social e ambiental	11 13 12
Buscaremos o conceito de “design sustentável” desde a concepção até a implementação nos processos produtivos.	31% da diretoria de Estratégia e Tecnologia capacitada na temática. Priorizados modelos de produções virtuais.		Conscientização social e ambiental	11 13 12
Impulsionaremos a cultura interna de inovação para a sustentabilidade promovendo iniciativas imersivas e participativas em busca de soluções (Ex: Hackathon, Semana do Meio Ambiente, Fórum Menos é Mais).	250 colaboradores aderiram ao Programa de Embaixadores da Economia Circular. Quatro mil pessoas impactadas pela Semana do Meio Ambiente e pela Semana do Consumo Consciente. Quatro mil ações sustentáveis registradas pelas produções de entretenimento.		Conscientização social e ambiental; e Diálogo com Stakeholders	12 13
Teremos 100% de produções dos Estúdios Globo aplicando as premissas de Produções Verdes.	Todas as 87 produções dos Estúdios Globo com selo Produções Verdes.		Conscientização social e ambiental	6 11 12 13
Seremos uma empresa ativa no debate de soluções para as questões ambientais no Brasil, participando e articulando parcerias.	Adesão ao Movimento Conexão Circular do Pacto Global e participação em mais de 50 eventos externos para compartilhar boas práticas ambientais.		Conscientização social e ambiental	11 13 12 15
Seremos uma voz ativa e reconhecida em grupos corporativos de discussão ligados ao tema ESG na cadeia de fornecedores e no setor das mediatechs.	Publicação da Política de Compras Sustentáveis, Programa Parceiros em Excelência reconheceu fornecedores na categoria ESG e atuação em eventos como o NAB Show, Rio2C e IBC.		Conscientização social e ambiental; e Diálogo com stakeholders	11 13 12 15
Disseminaremos a mensagem de Sustentabilidade Ambiental em nossos conteúdos, em todas as plataformas, interna e externamente, de maneira estratégica, estruturada e relevante.*	Exibição de matérias sobre sustentabilidade no É de Casa e Mais Você. Realização da dinâmica de coleta seletiva no BBB 24. Briefing ambiental com plateia em todas as gravações de estúdio realizadas. Novo vídeo institucional publicado.		Conscientização social e ambiental; e Diálogo com stakeholders	12 13
Consolidaremos a marca Menos é Mais como ponto de encontro das ações ambientais internas e externas da Globo, aumentando o número de ações externas vinculadas à plataforma.	Nova campanha institucional da marca divulgada, totalizando 7.029 inserções na programação. Criação da trilha de sustentabilidade Menos é Mais no portal globotechcast.		Conscientização social e ambiental; e Diálogo com stakeholders	11 13 12

* Este texto foi revisado devido ao aumento da abrangência da meta, já que ter um fórum é um dos meios para disseminar a mensagem em nossos conteúdos.

Buscamos um futuro melhor para todos

GRI 3-3 • CONSCIENTIZAÇÃO SOCIAL E AMBIENTAL

Promover uma cultura voltada para a preservação do meio ambiente é um compromisso da Globo. Devido a nossa relevância e responsabilidade como empresa de mídia, estamos focados em influenciar todo o nosso ecossistema com o objetivo de implementar, esclarecer e compartilhar as melhores práticas sustentáveis.

Temos como ambição colaborar com a construção de um futuro melhor e com a preservação da vida. Acreditamos que a proteção da biodiversidade

e a transição energética são impulsores dessa jornada.

Para isso, mantemos uma atuação baseada em seis pilares:

- » Economia circular;
- » Mudanças climáticas;
- » Biodiversidade;
- » Recursos naturais;
- » Cultura ambiental; e
- » Conformidade legal.

Em 2024, atualizamos nossa [Política Ambiental](#), com inclusão de diretrizes relacionadas à Agenda ESG, e

assinamos o Movimento Conexão Circular do Pacto Global da ONU, durante a semana do Clima de Nova York. **Foi um período de evolução em todos os nossos planos de ação, em especial no incentivo à cadeia de fornecedores e parceiros e na promoção das Produções Verdes.** Promovemos encontros presenciais nos Estúdios Globo com o grupo de trabalho do Movimento Ambição Net Zero do Pacto Global e com o Conselho para o Desenvolvimento Sustentável (CEBDS) para apresentar nossas práticas e compartilhar conhecimentos. [GRI 2-23](#)

Sob governança do Fórum Menos é Mais, lançamos o Programa de Embaixadores de Economia Circular e criamos, ainda, uma governança de sustentabilidade com grupos de trabalho focados no desenvolvimento de soluções, promovendo a cultura sustentável de forma transversal em diversas áreas da empresa, como figurino, arte e caracterização.

“A Globo, como grande empresa de comunicação responsável e ciente de seu papel social, busca equilibrar suas preocupações entre a influência externa que exerce e as medidas internas que adota em relação à sustentabilidade. Ao integrar práticas sustentáveis em suas operações e utilizar seu alcance para promover a sustentabilidade na sociedade, reforça sua credibilidade no compromisso com um futuro sustentável, buscando engajar o público por meio de conteúdos que promovem uma relação de respeito e valorização do meio ambiente.”

Marina Grossi
Presidente do CEBDS

As Produções Verdes e seus avanços

GRI 3-3 • CONSCIENTIZAÇÃO SOCIAL E AMBIENTAL

O programa Produções Verdes está presente em 100% das produções dos Estúdios Globo. Em 2024, ampliamos o conceito para as produções de Esporte e Jornalismo e expandimos a prática para o mercado, lançando uma cartilha de Produções Verdes para produtoras externas. No mesmo período,



Em 2024, produzimos um vídeo institucional com foco nas práticas ambientais da Globo que passou a ser exibido em todas as gravações de programas e eventos com plateia. [Clique na imagem ao lado para acessar.](#)

realizamos encontros com a Fundação Roberto Marinho, com o Canal Futura e com as agências de publicidade para tratar sobre o tema.

A intenção é que os conteúdos estejam, cada vez mais, em conformidade com práticas sustentáveis e orientados pelo [Guia de Produções Verdes](#). Para reforçar, lançamos um Aplicativo de apoio às atividades. As 87 produções cadastradas receberam Selo Verde por cumprirem as ações obrigatórias do guia. Visando estimular a inovação sustentável, as iniciativas mais votadas pelos colaboradores foram premiadas.

Em 2024, evoluímos com o modelo de produção virtual, que insere imagens de fundo, captadas ou geradas por computação gráfica, em um painel de LED de alta resolução, criando cenários realistas em tempo real.

Os principais benefícios ambientais dessa técnica incluem a redução no consumo de recursos e materiais para cenários físicos, diminuição na geração de resíduos e no número de deslocamentos para gravações externas, resultando na redução das emissões de carbono em toda a cadeia de produção.

Conheça as ações internas de inovação em sustentabilidade premiadas pelo Produções Verdes em 2024

Tingimento natural • implementamos o uso de insumos naturais como cascas de cebola, feijão, plantas, raízes, sementes e frutos para tingir os figurinos das nossas produções, evitando produtos químicos e poluentes. A iniciativa teve destaque no É de Casa e promovemos um *workshop* para ensinar a técnica aos colaboradores da Globo.

Implantação de bancos de baterias para redução do uso de geradores a combustão • usadas para iluminação em gravações externas, essas baterias são recarregadas na rede elétrica da Globo, reduzindo diretamente as emissões de gases de efeito estufa.

Redução no consumo de água em efeitos especiais • durante a produção da novela Família é Tudo, o time de efeitos especiais diminuiu a altura de uma Kombi na simulação de um alagamento, evitando o uso de aproximadamente 200.000 litros de água.



Debate eleitoral • ações de sustentabilidade foram realizadas no evento

No Jornalismo, fizemos projetos-piloto no debate das eleições municipais do Rio de Janeiro e São Paulo, com o uso de material reciclado na composição do cenário, maquiagem biodegradável, redução do uso de embalagens plásticas e do consumo de água, entre outras iniciativas. O tema de mudanças climáticas foi incluído nos sorteios dos debates, propondo perguntas aos candidatos sobre a questão ambiental. No Esporte, realizamos projetos-piloto em jogos de futebol, adotando práticas sustentáveis semelhantes.

Agrofloresta

Buscando promover o equilíbrio da biodiversidade em nossas locações, em 2024 implantamos um Sistema Agroflorestal (SAF) em uma plantação de cacau no interior da Bahia, durante as gravações da novela Renascer, em parceria com uma consultoria de Ilhéus (BA). Visando dar continuidade ao sistema após as gravações, treinamos pessoas da região destacando a relevância da perpetuação do processo agroflorestal, importante para diversificar a produção, ocupar a mão de obra, gerar renda e proteger o solo e a água, além de promover o envolvimento da população local. Durante as gravações da novela, também promovemos uma *live* interna para colaboradores com a presença do Ernst Gotsch, pesquisador suíço reconhecido internacionalmente como criador da agricultura sintrópica.

Fomentamos temas ambientais nas telas

GRI 3-3 • CONSCIENTIZAÇÃO SOCIAL E AMBIENTAL

Na abertura da novela Renascer, uma ação publicitária e inédita de O Boticário chamou atenção para a consciência ambiental, substituindo imagens da natureza que caracterizavam a abertura da novela por cenas que mostravam poluição e descarte incorreto de resíduos sólidos.

No período de secas, marcado pelas queimadas no Cerrado e na Amazônia, produzimos e veiculamos na Globo um filme emergencial com a participação da atriz Dira Paes e outros talentos, sensibilizando a população sobre a questão.

No BBB 24 e no programa Estrela da Casa foi introduzido o tema da coleta seletiva, com a avaliação da coleta sendo feita pelos participantes e divulgada ao longo dos *realities*, impactando milhões de pessoas. Já nos programas É de Casa e Mais Você, divulgamos dezenas de matérias sobre práticas sustentáveis da nossa operação, incluindo o plantio de mudas de Jequitibá-rosa nos Estúdios Globo, o projeto *carport* em São Paulo e o projeto *descARTE*, focado na reutilização de resíduos e doação de brinquedos para instituições sociais.

Abertura *Renascer* • diferença entre abertura tradicional (da esquerda) e a veiculada na ação com O Boticário

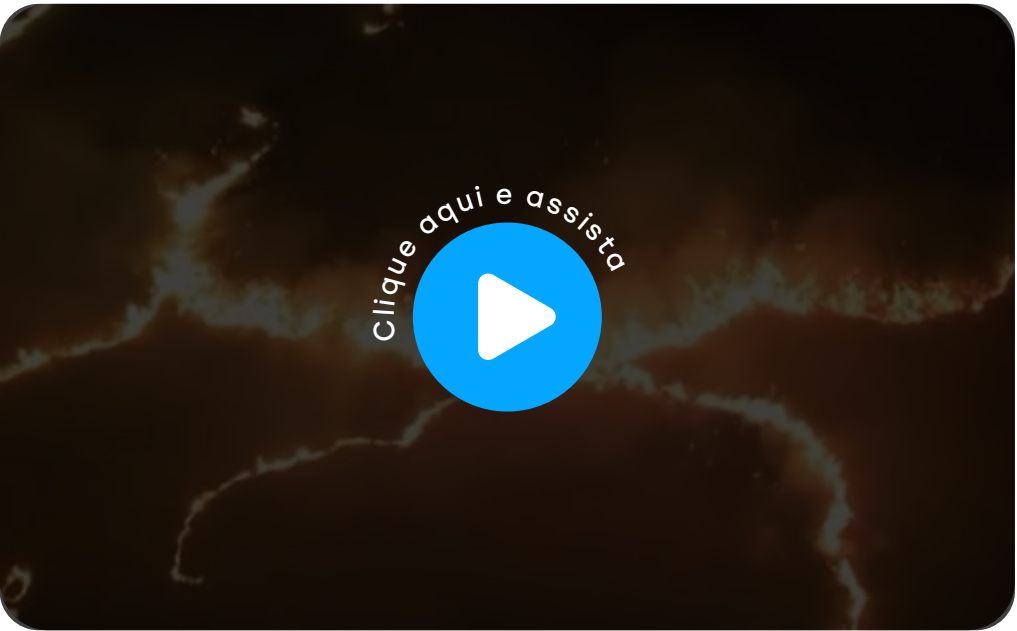


Campanha CBF • ex-jogador Amaral em um dos jogos do Brasileirão

Em uma ação inovadora no Esporte, unimos forças com a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e o ex-jogador Amaral para conscientizar sobre as consequências das mudanças climáticas. Utilizamos o Brasileirão 2024 como plataforma para essa importante discussão. A campanha contou com a presença simbólica de um astronauta nos estádios, acompanhado de uma placa com a mensagem: “Cuidem do planeta Terra. Só aqui tem futebol.”

Novelas, séries e documentários abordaram diferentes questões ambientais ao longo do ano, como a novela *Renascer*, que trouxe o tema agrofloresta, e *Mania de Você*, que aborda o tráfico de animais silvestres. Podemos destacar, ainda, o programa *Espaço Pernambuco*, que trouxe uma série de reportagens com foco ambiental: mercado de carbono, economia sustentável, preservação do mar e economia circular. Todas elas estão disponíveis no Globoplay.

Espalhe mudança • campanha contra as queimadas, com participação da atriz Dira Paes





Também transmitimos os mutirões de limpeza da Semana do Meio Ambiente, resultando em mais de 6 milhões de visualizações.

Em parceria com a SOS Mata Atlântica, aproveitamos a ocasião da imersão ambiental promovida pela ONG na Costa dos Corais, em Alagoas, e veiculamos reportagens sobre o trabalho de preservação dos peixes-boi, realizado pela Associação Peixe-Boi, e sobre o branqueamento dos corais que vem ocorrendo na costa do Nordeste.

No Dia da Amazônia, preparamos uma edição especial, ancorada diretamente de Manaus, às margens do Rio Negro, para mostrar a todo o Brasil os desafios climáticos que a região enfrentava com a estiagem e as queimadas.

Nossas equipes de jornalismo acompanharam a abertura da COP29, no Azerbaijão, os discursos dos líderes e a participação da comitiva brasileira. Entre as pautas debatidas, estavam a regulação do mercado de carbono, a definição das novas metas climáticas e o financiamento necessário para o enfrentamento das mudanças climáticas.

Lançamos em janeiro a Trilha de Sustentabilidade “Menos é Mais” no [globotechcast](#), que publicou um episódio por mês, com temáticas ambientais, disponíveis ao público no Globoplay. Ao longo do ano, participaram das conversas diversos colaboradores, parceiros, lideranças e talentos da Globo, como Sônia Bridi, Mateus Solano e Anna Beatriz Lourenço. O conteúdo produzido foi assistido por milhares de pessoas.

Mutirão de limpeza • realizado no Dia Mundial dos Oceanos



globotechcast • colaboradores e convidados na gravação do episódio sobre economia circular



Gestão ambiental

GRI 3-3 • MUDANÇAS CLIMÁTICAS • IMPACTO SOCIOAMBIENTAL DE FORNECEDORES

Há seis anos, somos uma empresa neutra em carbono, e seguimos investindo em soluções para alcançar a nossa meta de reduzir 30% das emissões absolutas até 2030, tendo como base as emissões totais de 2019¹ e considerando as emissões diretas (Escopos 1 e 2) e as emissões indiretas (Escopo 3). Atualmente, 100% das emissões inventariadas que ainda não conseguimos evitar são compensadas pela compra de créditos de carbono. Nesse ano, optamos por projetos de preservação dos biomas Amazônia e do Cerrado.

Para monitorar o quantitativo de emissões, mantemos uma plataforma de reporte que nos permite avaliar dados das iniciativas praticamente em tempo real, mapeando, assim, possíveis reduções ou aumentos que possam indicar a necessidade de ações.

Acreditamos na dedicação de cada um dentro da Companhia para enfrentarmos esse desafio. Mesmo sendo uma indústria pouco intensiva em carbono, a Globo está alinhada ao



Painéis de energia solar nos Estúdios Globo • contribuem para reduzir as nossas emissões

compromisso de Paris e ao atingimento das metas globais, visando reduzir os impactos das mudanças climáticas. Temos uma agenda ambiental abrangente e, por isso, atuamos buscando impactar positivamente todo o ecossistema. Por meio da cadeia produtiva, da rede de afiliadas da Globo e da produção de conteúdo, convidamos as pessoas a refletirem sobre a sustentabilidade e a mobilizar a sociedade em prol de causas ambientais e socialmente responsáveis.

Durante o período, promovemos uma série de encontros presenciais e treinamentos com nossas afiliadas,

com o objetivo de discutir nossos planos e ambições em relação às mudanças climáticas.

Projetos para redução de emissões

GRI 3-3 • MUDANÇAS CLIMÁTICAS

Concluimos o projeto de implementação de novos sistemas ininterruptos de energia para redução do uso de geradores a *diesel*. Eles podem ser usados em caso de falta de energia prolongada durante os programas ao vivo evitando a emissão de 323 tCO₂ anuais.

Por meio de tecnologia, utilizamos, ainda, banco de baterias e refletores mais eficientes para substituir o uso de geradores a *diesel* na iluminação cênica, em gravações externas.

Seguimos renovando nossa frota de carrinhos e jardineiras elétricas nos Estúdios Globo, gerando reduções nas emissões e na poluição sonora do ambiente, cercado pelo Parque Estadual da Pedra Branca.

Além disso, avançamos nos testes para eletrificação e ampliação do uso de biocombustíveis em nossa frota – buscamos alternativas para substituir os veículos movidos a combustíveis fósseis usados na Companhia, com o objetivo de aumentar o percentual da frota abastecida com biocombustível. Podemos destacar, ainda, a adoção de *drones* em substituição a helicópteros nas transmissões esportivas e eventos. Quanto ao aspecto das emissões, manter o controle das viagens – fator que representa a maior parte das nossas emissões de carbono – sem perder a dinâmica do nosso negócio é o maior desafio. Para isso, promovemos ações de conscientização, programas de redução de viagens aéreas e investimos na produção remota de transmissões esportivas.

¹ As emissões totais da organização em 2019 foram de 20.595 tCO₂e (toneladas de carbono equivalente).

Programa Carbono Neutro

Visa reduzir e neutralizar as emissões de nossas operações, impactando todo o nosso ecossistema por meio da cadeia produtiva.

Realizamos, anualmente, inventários de emissões auditados pela Ernst & Young Auditores Independentes (EY) e pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), que nos garantem o mais alto nível de acreditação e credibilidade em inventários GEE públicos. Em 2024, obtivemos o selo ouro do Programa Brasileiro GHG Protocol referente ao inventário de emissões de 2023.

Com essas iniciativas de gestão e operação, alinhadas a contratos de fornecimento de energia por meio do Mercado Livre com empresas de geração de energia limpa, já alcançamos 99,9% do consumo em toda a Companhia a partir de contratos de energia de fontes renováveis.

No âmbito do controle e análise de dados, contamos com uma Central Integrada de Monitoramento e Automação que centraliza os dados de monitoramento de sistemas, permitindo a realização de diversas atividades de melhoria de *performance* na Central de Climatização de Recife e Estúdios Globo.

Como atuamos na redução de impactos

GRI 3-3 • DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS

Cuidar do meio ambiente é um compromisso da Globo, e essa atitude se torna ainda mais relevante por termos como vizinha dos Estúdios Globo uma unidade de conservação, o Parque Estadual da Pedra Branca. Com o objetivo de preservar a fauna e a flora dessa região, orientamos os colaboradores que atuam nos Estúdios Globo por meio de um catálogo informando sobre as espécies presentes no local e como eles devem proceder diante da aparição de algum animal silvestre.

Também acreditamos no aprimoramento contínuo de processos e ferramentas para evoluir na prevenção e mitigação de danos. Em 2024, registramos dois incidentes ambientais. Na capital paulista, registramos um vazamento de tanque de óleo *diesel* e fizemos a autodeclaração do caso. Estamos trabalhando a remediação do impacto junto à prefeitura municipal e a empresas especializadas. Já na cidade de Paulo Afonso, na Bahia, registramos uma intervenção por parte de uma empresa terceirizada em uma área de preservação ambiental. Fomos notificados pelo ICMBio, instituto com o qual estamos trabalhando a remediação. Os dois casos são públicos e geraram mudanças de processos internos e investimento em tecnologia, a fim de que possamos prevenir esses tipos de incidentes.

Evolução no consumo de energia de fontes renováveis

GRI 3-3 • MUDANÇAS CLIMÁTICAS | GRI 201-2

Avançamos no consumo de energia de fontes renováveis com a conclusão do projeto *carport* na sede de São Paulo, com acréscimo de 747 novas placas solares. Além disso, parte da energia que consumimos vem de usinas de geração distribuída (GD) em Minas Gerais, Rio de Janeiro e Pernambuco.



Carport SP • novas placas solares instaladas na sede de São Paulo

O cuidado na gestão de resíduos

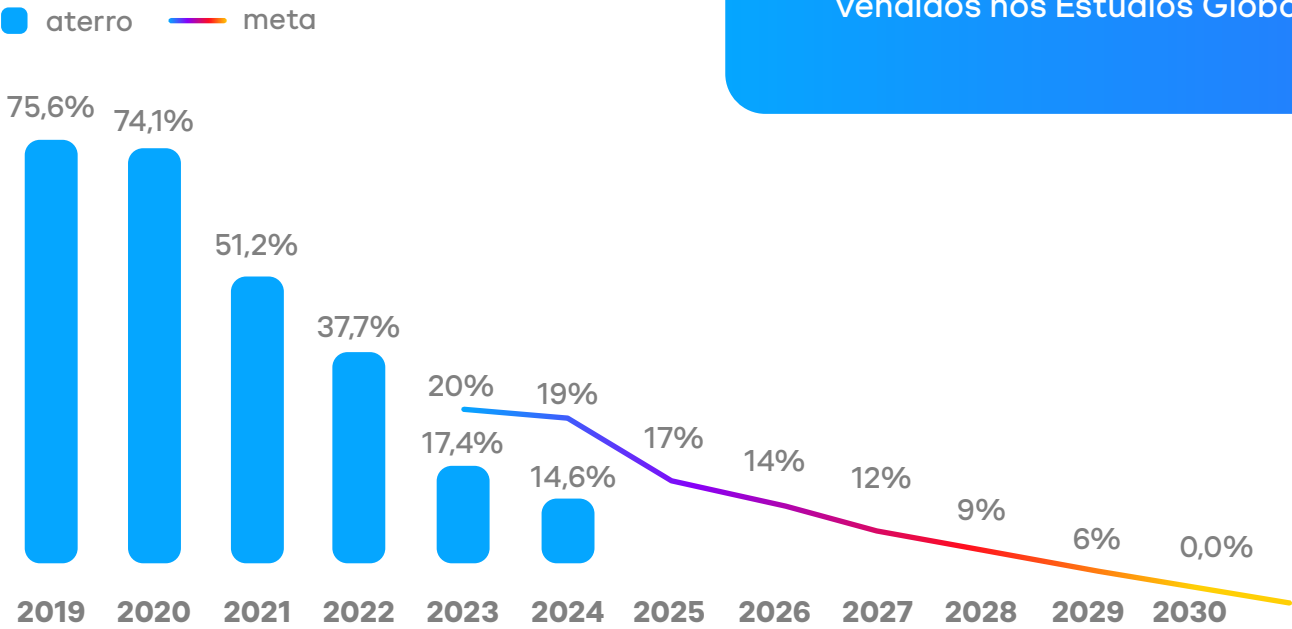
GRI 3-3 • GESTÃO SUSTENTÁVEL DE RECURSOS

Transformar e destinar corretamente os resíduos são desafios globais, pois o aumento da geração de resíduos e a limitação de espaços para aterros sanitários exigem soluções inovadoras

e sustentáveis. Temos como meta ser uma empresa Aterro Zero até 2030, acreditando na economia circular como um dos pilares para alcançar esse objetivo. Em 2024, aderimos ao Movimento Conexão Circular do Pacto Global da ONU no Brasil como forma de gerarmos ainda mais relevância para o tema. A sede da Globo de São Paulo se tornou a primeira unidade a atingir o Aterro Zero.

Trabalhamos continuamente para reduzir a quantidade total de resíduos gerados, promovendo uma cultura de resíduos mais responsável, aumentando a quantidade de recicláveis e desenvolvendo novas parcerias em tecnologias de processamento de resíduos além do aterro, como compostagem e reciclagem.

% de resíduos destinados a aterro sanitário



Outras iniciativas realizadas em 2024

- » Reaproveitamento de 67.895 kg de estruturas metálicas durante o BBB 24.
- » Compostagem de lixo sanitário gerado durante o BBB 24 e o programa Estrela da Casa.
- » Compostagem de galhos e podas em Recife (PE).
- » A madeira de cenários sem a possibilidade de reaproveitamento é encaminhada para compostagem e utilizada como adubo na plantação de banana orgânica. A madeira triturada também serve como forração para as aves na granja, ajudando na criação de galinhas e na produção de ovos, vendidos nos Estúdios Globo.

- » Avanços em testes com madeira biossintética, fabricadas com lixo comum das nossas operações.
- » Destinação de tampinhas de garrafas PET, lacres e latas de alumínio coletados para instituições que se dedicam a proporcionar inclusão social para crianças com

- deficiência física, motora ou neurológica.
- » 15 toneladas de equipamentos eletrônicos foram doados e reaproveitados em parceria com a Reurbi, empresa especializada no descarte correto de computadores e outros equipamentos, por meio da reciclagem e remanufatura dos componentes.
- » Lançamento de edital público para captação de projetos da cadeia produtiva da reciclagem, visando ao fomento no âmbito da Lei de Incentivo à Reciclagem.

Reciclagem •
compostagem a partir da madeira triturada



Brindes sustentáveis •
produzidos com resíduos gerados pelos nossos programas

Responsabilidade na gestão da água

GRI 3-3 • GESTÃO SUSTENTÁVEL DE RECURSOS

A Globo é uma empresa que se preocupa com a gestão responsável da água e respeita todos os limites estabelecidos pelas autorizações de outorga. Cuidamos de toda a água que consumimos, investindo continuamente no seu reúso e no aproveitamento da chuva.

Em 2024, desenvolvemos um planejamento que visa aumentar o uso de água de reúso para 30% até 2030. Uma ação realizada no período, nesse sentido, foi o direcionamento de água potável que sobra das atividades de efeitos especiais (como chuva cenográfica) para reúso dentro das operações nos Estúdios Globo.

Contamos com um sistema integrado que monitora todo o consumo de água da Companhia e seguimos um Plano Diretor de Recursos Hídricos, que tem o objetivo de mapear iniciativas e oportunidades de projetos relacionados à água, além de acompanhar suas evoluções. Temos, também, um plano de Recursos Hídricos de todos os prédios da Globo, com a definição de propósitos

estratégicos para a implementação de melhorias alinhadas aos Objetivos da Agenda 2030 da ONU.

Tratamento de efluentes

Todo efluente gerado nos Estúdios Globo é tratado – grande parte é reutilizada no sistema de ar-condicionado e o restante é direcionado para a rede pública. Em algumas unidades, temos sistemas de captação de água da chuva.

Também cuidamos do corpo hídrico que passa pelo Rio dos Passarinhos, localizado dentro dos Estúdios Globo. Em 2024, mantivemos o monitoramento da qualidade da água superficial e subterrânea do rio.

Conscientização e engajamento interno

GRI 3-3 • CONSCIENTIZAÇÃO SOCIAL E AMBIENTAL

Consolidar a cultura ambiental é uma premissa na Globo. Para isso, criamos em 2024 os Grupos de Trabalho de Sustentabilidade, com equipes multidisciplinares focadas no desenvolvimento

de soluções sustentáveis para energia, água, caracterização, figurino, arte e cenografia.

Por meio do Fórum Menos é Mais, uma de nossas ferramentas mais sólidas, reunimos mensalmente representantes de diversas áreas da empresa para promover discussões e ações alinhadas com nossos compromissos.

Implementamos no período o Programa de Embaixadores da Economia Circular, que teve adesão voluntária de mais de 250 colaboradores, com a intenção de promover práticas de economia circular dentro da empresa. Ao longo do ano, esses representantes foram capacitados e apoiaram na identificação de oportunidades de melhorias nos processos internos. A eficiência da coleta seletiva foi avaliada em todas as nossas unidades, e os embaixadores dos endereços mais eficientes foram premiados com troféus sustentáveis durante a Semana do Meio Ambiente e a Semana do Consumo Consciente.



Programa Embaixadores da Economia Circular • troféu da iniciativa

No Dia da Sobrecarga da Terra, realizamos o plantio de 100 mudas de mangue-vermelho com a presença do biólogo Mário Moscatelli. Durante o evento, ele explicou os impactos ambientais na biodiversidade, a importância do plantio para a restauração do ecossistema e a melhoria do sistema lagunar.

A Academia do Jornalismo promoveu uma entrevista, transmitida para todos os colaboradores, com o estadunidense Andrew Revkin, especializado em jornalismo ambiental, destacando a relevância do tema sob a ótica de um profissional com mais de 40 anos de experiência.

Academia do Jornalismo • Sônia Bridi entrevistando Andrew Revkin



Os treinamentos internos de Sustentabilidade e Coleta Seletiva tiveram 609 participantes únicos. As apresentações são em formato híbrido e todos os colaboradores da Globo podem se inscrever.

Realizamos a Semana do Meio Ambiente seguindo o tema da ONU para o Dia Mundial do Meio Ambiente sobre restauração da terra, com a participação de mais de 2 mil pessoas. A programação incluiu uma roda de conversa mediada por Sônia Bridi com especialistas, um *workshop* com o engenheiro Tasso Azevedo, doações de roupas, imersão em manguezais para plantio de mudas nativas e mutirão de limpeza.



Semana do Consumo Consciente

GRI 3-3 • CONSCIENTIZAÇÃO SOCIAL E AMBIENTAL
• GESTÃO SUSTENTÁVEL DE RECURSOS

O evento teve a moda sustentável como tema central e fomentou debates sobre economia circular e as possibilidades de reciclagem de plástico, proporcionando aos colaboradores a oportunidade de transformar plásticos e outros resíduos em utensílios.

Realizamos uma *live* de abertura sobre moda circular, além de oficinas de *upcycling*, brechós, visita com as costureiras dos Estúdios Globo e doação de roupas do acervo da Globo para a ONG Origem Amorim, entre outras atividades. Mais de 800 pessoas participaram das atividades propostas. Também transmitimos uma matéria sobre o evento, ao vivo, no programa *É de Casa*, abordando a iniciativa de tingimento natural do figurino.

Durante a semana, lançamos o primeiro banheiro 100% sustentável dos Estúdios Globo. Itens de plástico, descartados nas operações de

montagem de cenários e cidades cenográficas, deram origem à estrutura reciclada, que conta com cabines feminina e masculina, tem 18m² e é totalmente acessível. Ao todo, foram utilizados três mil blocos modulares de plástico reciclado, o equivalente a 1,5 mil quilos de resíduos ressignificados. GRI 201-2

Veja os principais números:

740 kg de tampinhas PET doadas

510 kg de latinhas de alumínio doadas

1.430 kg de mobiliário doado

+1.000 participantes nas *lives*

155 peças do acervo de figurino doadas

+100 funcionários embaixadores treinados



Semana do Consumo Consciente •
live de abertura



Primeiro banheiro 100% sustentável dos Estúdios Globo

Programa de Compras Sustentáveis

GRI 3-3 • IMPACTO SOCIOAMBIENTAL DE FORNECEDORES

Na Globo, trabalhamos para aperfeiçoar processos e decisões para a escolha e desenvolvimento de fornecedores. Em 2024, lançamos nossa [Política de Compras Sustentáveis](#) e realizamos sensibilização com parceiros e fornecedores, divulgando e compartilhando boas práticas e diretrizes para a aquisição de produtos e serviços com menor impacto ambiental. Também iniciamos processos de licitação seguindo a nova política, com preenchimento de formulários pelos licitantes para inclusão da avaliação ESG na matriz de decisão de contratação.

Cerca de 500 fornecedores participaram de *workshop* sobre a Política de Compras Sustentáveis e 320 parceiros acompanharam o primeiro módulo de sensibilização sobre a temática de mudanças climáticas, redução de emissões e inventário de carbono, entre outros assuntos. GRI 201-2

Pelo quarto ano consecutivo, a Globo premia seus fornecedores de destaque. Dentro do Programa Parceiros em Excelência, reconhecemos 35 fornecedores que atingiram nota máxima nos indicadores técnicos desenvolvidos pela Companhia. Eles receberam o selo e o troféu do programa em suas respectivas categorias.

Também realizamos a primeira edição da premiação Reconhecimento ESG, concedida aos parceiros que, além de atingirem os índices iniciais, também se destacam pelo compromisso com a sustentabilidade. Em 2024, três fornecedores receberam o prêmio.

No mesmo período, em parceria com o Sebrae, apoiamos e capacitamos pequenas empresas que são prestadoras de serviços da Globo, promovendo aumento da competitividade, mais produtividade e desenvolvimento na gestão do negócio.

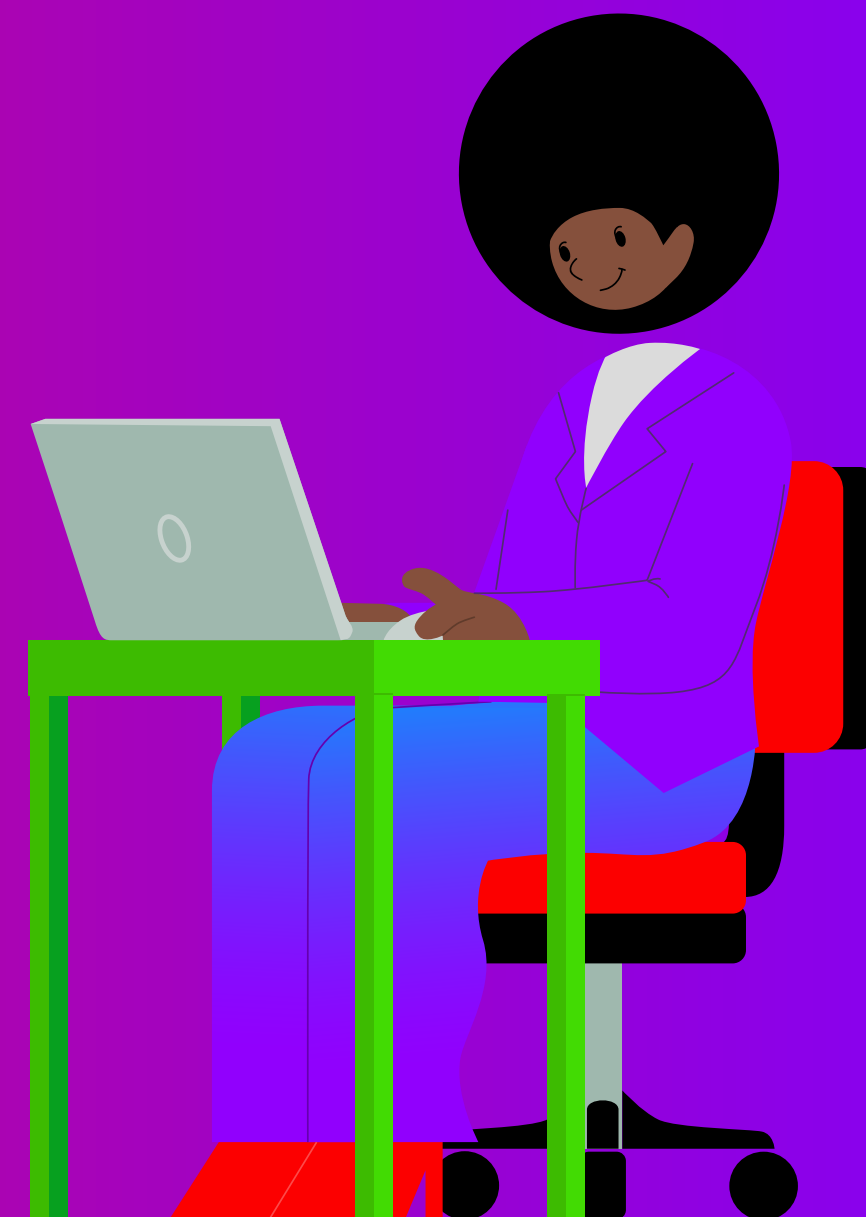




#5

Promover uma governança transparente e responsável, pautada pela Essência Globo.

Governança transparente & responsável



Governança transparente e responsável

Promover uma governança transparente e responsável, pautada pela Essência Globo.

Legenda
do status

 Meta em andamento

 Meta alcançada

[Veja como chegamos nessas metas](#)

Metas 2030	Status 2024		Temas materiais	ODS
Teremos membros independentes no Conselho de Administração.	Dois de nove membros são independentes.		Integridade e ética; e Boas práticas de governança	16
Promoveremos mais diversidade na composição do Conselho de Administração.	Um de nove membros faz parte dos grupos sub-representados.		Boas práticas de governança	16
Implementaremos metas atreladas aos temas ESG.	Áreas estratégicas da empresa têm metas corporativas atreladas à temática, como a Diretoria de Finanças, Jurídico e Infraestrutura que teve uma meta ESG.		Boas práticas de governança	16
Teremos supervisão da implementação da Agenda ESG pelo Conselho de Administração e Comitê Executivo.	Foi feito um reporte sobre o avanço da Agenda ESG para o CA e comitês responsáveis, em junho/24.		Boas práticas de governança; e Integridade e ética	16
Disseminaremos a cultura de <i>compliance</i> também em nosso ecossistema (cadeia de fornecedores, afiliadas, produtoras e parceiros de negócio).	38 ações de desenvolvimento de cultura de <i>compliance</i> realizadas para produtoras parceiras e para a rede de afiliadas.		Boas práticas de governança; Integridade e ética; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	16
Multiplicaremos conhecimentos de gestão de programas de compliance em pequenas e médias empresas (Projeto Mentoria).	Foram realizados 36 treinamentos com produtoras e três mentorias.		Boas práticas de governança; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	16
Disseminaremos a cultura de combate à corrupção também em nosso ecossistema (cadeia de fornecedores, afiliadas, produtoras e parceiros de negócio).	36 treinamentos realizados com produtoras e três mentorias realizadas com afiliadas sobre o tema de combate à corrupção.		Integridade e ética; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	16
Obteremos certificações independentes, que atestem a maturidade do programa de segurança da informação.	Renovação da certificação PCI DSS (<i>Payment Card Industry Data Security Standard</i>).		Segurança da informação	16
Seremos protagonistas nas discussões sobre o tema segurança da informação e privacidade e proteção de dados pessoais, consolidando a nossa atuação institucional em diversos níveis.	Participamos de consultas públicas da ANPD (Autoridade Nacional de Proteção de Dados) e debates sobre a regulamentação da LGPD, além de grupos de trabalho na SET (Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão) e debates com representantes da indústria de segurança da informação.		Segurança da informação; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	16
Disseminaremos o conhecimento na sociedade, contribuindo para a formação de uma cultura de segurança e de privacidade e proteção de dados pessoais.	Publicamos artigos, realizamos palestras e participamos de <i>podcasts</i> , conferências, seminários e eventos como Dia da Internet Segura, SET EXPO, REC'n'Play e GloboSec Week.		Segurança da Informação, Integridade e ética; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	16
Consolidaremos a nossa atuação institucional de liderança junto às associações setoriais.	Participação ativa no grupo de trabalho da SET e no painel de antipirataria na SET EXPO.		Integridade e ética e Boas práticas de governança; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	16
Articularemos uma atuação conjunta e eficiente da indústria audiovisual e poder público para combater a pirataria.	Bloqueio de 675 <i>sites</i> e 14 aplicativos de transmissão ilegal de conteúdo.		Proteção da propriedade intelectual	16

Transparência e responsabilidade nos processos

GRI 3-3 • INTEGRIDADE E ÉTICA • BOAS PRÁTICAS DE GOVERNANÇA | GRI 2-9 | 2-10 | 2-16 | 2-17 | 2-26

A Globo mantém uma estrutura de governança sólida, com políticas, práticas, normas e processos que direcionam toda a atuação da empresa. O Conselho de Administração do Grupo Globo e a Diretoria Executiva da Globo compõem, de forma majoritária, sua estrutura de governança. O Conselho de Administração desempenha um papel fundamental na estratégia ESG da Globo. O órgão aprovou a definição dos nossos seis compromissos e acompanha, anualmente, as metas e indicadores do plano, por meio do Relatório de Sustentabilidade e reportes periódicos. [GRI 2-14](#)

O Conselho de Administração do Grupo Globo tem como responsabilidade estabelecer as diretrizes estratégicas do Grupo e acompanhar o desempenho dos membros da Diretoria Executiva, que gerenciam as áreas de atuação da Companhia. A seleção dos conselheiros leva em consideração

qualificações, vivências executivas, identificação com a Essência do Grupo Globo e eventuais conflitos de interesse (o Código de Ética e Conduta também estabelece diretrizes claras para evitar tais conflitos em toda a organização). Todos os conselheiros exercem mandato de dois anos. [Conheça aqui](#) os membros do Conselho de Administração. [GRI 2-9](#)

Desde 2023, os Conselheiros passaram a realizar, anualmente, um processo de autoavaliação por meio do preenchimento de um formulário específico. Em 2024, esse processo foi aprimorado com o apoio de uma consultoria especializada, que introduziu formulários mais abrangentes e conduziu entrevistas individuais com os membros do Conselho de Administração, dos Comitês e com determinados executivos da Companhia. Essa iniciativa reforçou a responsabilidade na gestão dos impactos ESG e proporcionou uma visão holística da *performance* do Conselho. Para o próximo ano, a expectativa é elevar ainda mais o nível do processo, buscando avaliações mais precisas e promovendo melhorias contínuas para os membros envolvidos. [GRI 2-10 | 2-12 | 2-17 | 2-18](#)

A seguir, os comitês de assessoramento do Conselho de Administração:

- » Comitê de Compliance, Proteção de Dados Pessoais, Auditoria e Riscos (Codar);
- » Comitê de Pessoas, Cultura & ESG;
- » Comitê Digital e Inovação; e
- » Comitê de Investimentos.

Saiba mais sobre as atividades dos comitês. [GRI 2-16 | 2-9](#)

Desde 2023, as atividades do Conselho e dos Comitês são suportadas por uma plataforma de governança, com acesso seguro aos materiais relevantes para tomada de decisões, gestão de conhecimento e registro de contribuições dos Conselheiros. [GRI 2-16](#)

Contamos, ainda, com o Comitê Independente de Pessoas, Cultura e ESG, que avalia metas e indicadores para fortalecer a governança corporativa e a responsabilidade social e climática, bem como metas e indicadores que têm como foco garantir maior diversidade, equidade e inclusão no quadro de colaboradores e gestores, entre outras atividades. [GRI 2-13](#)

Todas as nossas políticas são aprovadas pelos mais altos níveis de governança. [Veja aqui.](#) [GRI 2-23](#)

Ética e compliance

GRI 3-3 • INTEGRIDADE E ÉTICA • DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS | GRI 2-26 | 403-2

Nós, do Grupo Globo, temos o compromisso de agir de forma ética e íntegra em todas as nossas relações. Reforçar e difundir continuamente essa cultura também é uma responsabilidade de todos que fazem parte da Companhia. Para embasar nossa atuação nesse sentido, contamos com o Programa de Compliance e o Código de Ética e Conduta do Grupo Globo, que refletem os princípios e os valores éticos considerados na empresa. [GRI 2-23](#)

Buscamos um ambiente corporativo cada vez mais seguro, justo e acolhedor. Para isso, investimos constantemente no aprimoramento do nosso Programa de Compliance, trazendo cada vez mais eficiência e transformações que geram valor para as empresas do Grupo.

Ouvidoria

GRI 3-3 • DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS • BOAS PRÁTICAS DE GOVERNANÇA | GRI 2-25 | 403-2

O canal de Ouvidoria da Globo é seguro e está disponível 24 horas por dia pelo telefone 0800 251 2021 ou pelo [site](#). Todos os relatos são avaliados pela Comissão de Ética e de Conduta do Grupo Globo, composta por membros do Compliance, Jurídico, RH e Negócios. Em 2024, registramos 1.084 relatos no Canal de Ouvidoria.

Os dados de utilização do Canal de Ouvidoria por colaboradores, terceiros e parceiros de negócios evidenciam o crescente fortalecimento de *Compliance* e a confiança no programa.

Para dar mais transparência sobre a atuação do Programa de *Compliance*, divulgamos anualmente o relatório de *Compliance* com dados do Canal de Ouvidoria, por meio do qual apresentamos informações e dados sobre os relatos, medidas aplicadas e iniciativas de conscientização. GRI 2-16 | 2-25



Visando gerar mais conexão e engajamento com os temas de *compliance*, bem como fortalecer as diretrizes e ampliar a conscientização, realizamos treinamentos e desenvolvemos campanhas de comunicação em diversos formatos para todo o Grupo. Divulgamos, também, a Política de Doações. Em 2024, 96% dos colaboradores fizeram o treinamento de *compliance*, fortalecendo a nossa cultura corporativa. GRI 205-2

Realizamos uma campanha de comunicação sobre as políticas e procedimentos de combate à corrupção adotados pela organização, que está disponível na intranet da empresa. Todos os colaboradores e membros do Conselho de Administração foram comunicados. GRI 205-2

Para o Grupo Globo é inaceitável a prática de corrupção por parte de qualquer de seus integrantes. Situações que possam ser configuradas como corrupção são avaliadas pela Comissão de Ética e Conduta, recebendo as sanções cabíveis, sem prejuízo das penalidades legais aplicáveis. A Comissão de Ética e a Área de Compliance são responsáveis por disseminar a

cultura de conformidade e zelar pelo cumprimento do Código de Ética em todas as áreas da empresa, fazendo reportes periódicos ao Codar. GRI 2-25

Nossa conduta com fornecedores e parceiros

GRI 3-3 • DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS | GRI 205-2

Com relação aos parceiros de negócios, exigimos atuação ética e aderência às nossas regras ou adoção de políticas próprias em linha com as da Globo. No período, investimos em um conjunto de iniciativas focado na cadeia de fornecedores para disseminar boas práticas, incluindo apresentação da política de compliance para prestadores de serviços das unidades, treinamento para produtoras externas e mentorias para implementação de programas de Compliance para a nossa rede de afiliadas. Ao longo do ano, trabalhamos para multiplicar o conhecimento de gestão do Programa de Compliance, compartilhando ações com pequenas e médias empresas do ecossistema Globo. GRI 2-25

A uniformização da maturidade das empresas parceiras é um desafio devido aos diferentes perfis, níveis e complexidade de cada uma. Entretanto,

Treinamento para produtoras externas realizado pelo time de Compliance em São Paulo



Nosso foco no ano foi aprimorar a conduta de fornecedores com grande número de colaboradores e histórico de relatos no Canal de Ouvidoria. Para isso, realizamos treinamentos com empresas parceiras. Cerca de 90 turmas receberam treinamento de *compliance*. GRI 205-2

nos últimos anos, avançamos em engajamento e participação da cadeia de fornecedores nos principais temas trabalhados.

Participamos da Conferência Ethos em painel sobre integridade socioambiental e responsabilidade dos negócios, levando a experiência da Globo em seus projetos e cultura corporativa ética.

Ações para promoção dos direitos humanos

GRI 408-1 | 409-1

Na Globo, estamos alinhados com práticas empresariais que fomentam os direitos humanos, em atendimento à Constituição Federal e aos tratados internacionais dos quais o Brasil é signatário. Por meio de políticas e códigos, o Grupo Globo é comprometido com a saúde e segurança de seus integrantes, enfatiza o respeito e a valorização de cada um, promovendo um ambiente de trabalho livre de discriminação e assédio, que não tolera nenhum tipo de discriminação, assédio, conduta indesejada ou *bullying*.

Contamos com Regras de Conduta para Terceiros, que preveem expressamente a obrigação de terceiros de não utilizarem trabalho forçado ou compulsório, mão de obra em condição análoga à de escravos,

e trabalho infantil fora das hipóteses previstas em lei.

A proteção de crianças e jovens menores de 18 anos envolvidos em *performance* artística também é um compromisso da Companhia. Exigimos supervisão, continuidade da educação de acordo com as condições legais locais, limites ao número de horas em gravação e oferecemos apoio psicológico para celebridades infantis.

Gestão de riscos

GRI 3-3 • BOAS PRÁTICAS DE GOVERNANÇA

A nossa Política de Gestão de Riscos estabelece as diretrizes para avaliação de riscos associados à gestão do negócio e a processos para mitigação dos mesmos.

O monitoramento dos riscos é realizado periodicamente pela área de Riscos e Controles Internos por meio de planejamento, coleta de informações, análise, registro e reporte, assegurando à administração e ao Conselho de Administração a governança adequada.

Em 2024, avançamos no monitoramento dos riscos operacionais e no estudo de riscos climáticos, como destacado a seguir.



Acesse aqui a avaliação dos riscos climáticos detalhada GRI 201-2

Riscos climáticos

GRI 201-2

Aprofundamos a avaliação dos riscos climáticos relacionados à nossa operação. Os estudos climáticos estão alinhados às metodologias Task Force on Climate-related Financial Disclosures – TCFD. Todo esse diagnóstico significa uma evolução importante em nossa Agenda ESG e está sendo acompanhado pelos órgãos de Governança e pelo Conselho de Administração.

O mapeamento dos riscos climáticos e das oportunidades relacionadas foi subdividido em Riscos de Transição e Riscos Físicos. O primeiro abrange o processo de adaptação da Empresa

à transição para uma economia de baixo carbono e o segundo os impactos físicos dos eventos relacionados às mudanças climáticas.

Para os Riscos de Transição foram realizadas avaliações de adaptação nos âmbitos regulatório, tecnológico, mercadológico e reputacional. Já para os Riscos Físicos, foram consideradas as questões de infraestrutura necessárias para garantir a estabilidade das operações diante de eventos climáticos adversos.

Essa análise valida, pela perspectiva de riscos, o trabalho feito pela área de infraestrutura da Companhia, e acrescenta uma camada de controle para acompanhamento de tema tão relevante.

Privacidade e Proteção de Dados Pessoais

GRI 3-3 • SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Para a Globo, é crucial que tratemos os dados pessoais com responsabilidade, por serem um ativo essencial para o negócio, tornando possível a entrega de experiências cada vez mais personalizadas para o nosso público. Respeitamos todas as leis e regulamentos aplicáveis – o que inclui a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), em vigor desde 2020.

Nesse sentido, continuamos empregando nossos melhores esforços no aprimoramento dos processos e políticas, assim como no desenvolvimento e implementação de rotinas de conscientização dos colaboradores.

Em 2024, atualizamos nosso Aviso de Privacidade, refletindo evoluções dos nossos modelos de negócio, garantindo ainda mais transparência aos titulares dos dados pessoais quanto às nossas atividades e à forma pela qual garantimos o respeito à sua privacidade. O documento foi publicado em nosso [Portal de](#)

Privacidade e amplamente comunicado aos titulares de dados.

Além disso, a equipe de Proteção de Dados respondeu a aproximadamente 600 consultas sobre como garantir o respeito à privacidade dos titulares e cumprir com as legislações aplicáveis no tratamento de dados pessoais. Por meio do nosso processo de avaliação de privacidade, também analisamos e elaboramos cerca de 400 pareceres sobre novos projetos e contratos envolvendo o tratamento de dados pessoais. Finalmente, avaliamos a maturidade do programa de privacidade de mais de 40 fornecedores e parceiros, como uma medida adicional de mitigação de risco envolvendo a proteção de dados pessoais. Esses dados demonstram o amadurecimento dos nossos processos e a consolidação da nossa cultura de privacidade, contando com o amplo engajamento dos nossos colaboradores no tema.

As iniciativas do jurídico e do time de privacidade de apoio à nossa governança de IA e à nossa Agenda ESG foram premiadas no Future Law Awards, premiação que reconhece as empresas mais engajadas para a revolução pela qual o mundo está passando.

“Em 2024, a Globo foi reconhecida no Future Law Experience (FLX), evento que conecta as mentes mais inovadoras do mercado jurídico, por sua atuação de destaque em privacidade e inteligência artificial. A colaboração em iniciativas como aulas, *podcasts* e debates reflete o compromisso da empresa com a inovação responsável e a ética digital. Para a Future Law, a atuação da Globo estabelece um padrão de excelência e inspira avanços no diálogo entre tecnologia e sociedade”.

Bruno Feigelson
Chairman da Future Law



Future Law Experience
• Andreia Saad e Felipe Alvarenga recebendo o prêmio

Conscientização interna e externa

Acreditamos no engajamento dos colaboradores e na adesão de todos às nossas políticas e processos para a criação de uma cultura interna de respeito à privacidade e para a efetividade do nosso Programa de Privacidade e Proteção de Dados Pessoais. As ações de conscientização a respeito do tema – sempre de forma didática e lúdica – envolvem:

- » Aplicação de treinamentos obrigatórios;
- » publicação de manuais;
- » realização de *webinars* e *lives*; e
- » lançamento periódico de campanhas internas.

Organizamos uma *live* no Dia Internacional da Proteção de Dados, realizamos o Festival Data Lab e a Semana do Uso Consciente dos Dados, que alcançou mais de 2.700 colaboradores e registrou 37% de aumento no volume de avaliações de privacidade, comprovando a efetividade das ações de conscientização dos colaboradores no tema.

Além disso, promovemos oito campanhas internas, adicionamos

o tema da proteção de dados no Programa de Embaixadores de Segurança + Privacidade e lançamos mais um jogo interativo de conscientização.

Além do trabalho interno, seguimos atuantes na conscientização do público externo, disseminando o conhecimento sobre a importância da proteção dos dados pessoais e estimulando o cumprimento das legislações aplicáveis. Acreditamos que, com a popularização de tecnologias como a inteligência artificial, que lida com grandes volumes de dados pessoais diariamente, o debate e o conhecimento sobre as regras vigentes no país são mais relevantes do que nunca para garantir o respeito à privacidade das pessoas. A Globo estimula esses debates e apoia a conscientização das empresas e da sociedade sobre o tema.

Em 2024, participamos de seminários e palestras, publicamos artigos, participamos de *podcasts* e ministramos aulas sobre a experiência do Grupo Globo na implementação do Programa de Privacidade, dividindo



painéis com representantes das indústrias, associações de classe e autoridades nacionais e internacionais.

Todas essas iniciativas estão ligadas à nossa Jornada *mediatech*, mantendo nossas origens como criadora de conteúdo, mas, ao mesmo tempo, fundamentada na digitalização e no relacionamento direto com o consumidor, sempre cumprindo as leis aplicáveis, como a LGPD.

Semana do Uso Consciente dos Dados • colaboradores em uma das ações de engajamento

Segurança da informação

GRI 3-3 • SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO

Demos continuidade às ações previstas no Plano Estratégico da Segurança da Informação, que visa ao triênio 2023-2025 e contempla as iniciativas para a sustentação, evolução e melhoria contínua do Programa de Segurança da Informação. O plano é formado por três pilares: Melhoria contínua da Segurança da Informação, Segurança da Informação como risco de negócio e Fortalecimento de parceiros.

Na Globo, os dados e o conteúdo são ativos estratégicos e precisam ser protegidos conforme os objetivos do negócio. Portanto, é responsabilidade de todos nós priorizar a segurança da informação na rotina do trabalho. Para fortalecer esse compromisso, a Política de Segurança da Informação destaca a importância de cada colaborador em cuidar das informações nas atitudes diárias, independentemente de função ou área.

Plano Estratégico de Segurança da Informação

- » É acompanhado pela estrutura de governança de segurança da informação e pelo Comitê de Segurança da Informação.
- » É pauta no Comitê de Executivos (Comex), no Comitê de Compliance, Proteção de Dados Pessoais, Auditoria e Riscos (Codar) e no Conselho de Administração do Grupo Globo.

Dentro dos pilares que sustentam o Plano, algumas ações em destaque promoveram o aumento da maturidade no tema e a resiliência da Globo frente às ameaças cibernéticas:

1 • Melhoria contínua da Segurança da Informação

Ameaças cibernéticas • investimento em estratégias de redução da superfície de ataques, proteção contra ameaças avançadas e ações contra vazamento de informações, além do reforço na estrutura de inteligência

de ameaças para prevenir ataques e proteger ativos.

Produtos e plataformas seguras

• fortalecimento da prática de *security by design*, capacitação em desenvolvimento seguro, ampliação das simulações de ataques, testes de invasão e programa *Bug Bounty* para público interno.

Combate a fraudes • renovação da certificação PCI DSS, melhora de 28,8% nos indicadores de combate a fraudes com cartão de crédito e monitoramento de postagens de venda de *logins* Globoplay, resultando em mais de 61 mil posts derrubados.

2 • Segurança da Informação como risco de negócio

Durante o ano de 2024, ampliamos o mapeamento de cenários de riscos de segurança da informação que podem impactar os negócios, contribuindo com propostas de ações de tratamento para redução dos riscos cibernéticos.

3 • Fortalecimento de parceiros

De modo a tornar toda a cadeia mais preparada para antecipar e responder impactos de possíveis ataques cibernéticos, apoiamos a estruturação de programas de segurança da informação, compartilhamos campanhas e realizamos encontros para multiplicar boas práticas junto a nossa rede de afiliadas.



Techweek • evento realizado pelo time de Segurança da Informação

Cultura de Segurança da Informação

Em 2024, a taxa de conclusão do treinamento de segurança da informação aumentou para 98% dos colaboradores. Além dos treinamentos, realizamos campanhas internas de forma periódica com os temas de maior importância para fortalecer a cultura de segurança da informação.

A Globo liderou um grupo de trabalho na SET sobre segurança da informação e participou de fóruns para fortalecer a cultura de segurança da informação, debatendo com representantes da indústria, profissionais, estudantes e a sociedade em geral, em eventos como o Dia da Internet Segura, SET EXPO e REC'n'Play.

O público universitário também foi contemplado com uma imersão em segurança da informação na terceira edição da GloboSec Week para 30 estudantes de todo o Brasil. Adicionalmente, ministramos aulas de segurança da informação em parceria com a UFRJ e o Mackenzie.

Inteligência Artificial

Atenta à popularização do uso da Inteligência Artificial, a Globo estabeleceu boas práticas para viabilizar a adoção dessa nova tecnologia, com o objetivo de extrair seus benefícios de forma responsável. Elaborou, ao longo do ano, uma cartilha que apoia os colaboradores no uso dessa inovação, alertando sobre cuidados básicos para evitar violações legais e de direitos. Além de tratar da necessidade de que as leis de privacidade sejam observadas quando houver uso de dados pessoais nas ferramentas de Inteligência Artificial, a cartilha também destaca a importância do respeito aos direitos autorais e ao cuidado com informações falsas nos conteúdos gerados.

Além disso, atualmente a Globo conta com uma governança estruturada para o tema

da Inteligência Artificial, incluindo um Comitê de Inteligência Artificial, de natureza multidisciplinar, que se reúne periodicamente para debater o tema, tratando de estratégia, ameaças, riscos e iniciativas de conscientização para promover o uso responsável da tecnologia.

O objetivo de todas essas iniciativas é garantir que a Globo possa seguir aproveitando as potencialidades das tecnologias disponíveis, utilizando-as para continuar diferenciando os seus produtos e otimizando os seus processos, aprimorando seus conteúdos e compreendendo melhor os desejos e preferências de nossos consumidores, sem que esse uso traga riscos à empresa ou aos direitos das pessoas.

Dia da Internet Segura 2024 • parceria com a SaferNet Brasil



Proteção da propriedade intelectual

GRI 3-3 • PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELLECTUAL | SASB SV-ME-520a.1

O combate à pirataria é uma mobilização internacional, que visa evitar prejuízos significativos à economia e à indústria criativa. Os serviços piratas, além de ferir os direitos de produtores, trazem perdas para o setor cultural e criativo, causando impacto econômico.

Na Globo, elaboramos planos de prevenção e combate que envolvem desenvolvimento e uso de tecnologias, revisão de processos, fortalecimento de parcerias estratégicas e da cultura de proteção do conteúdo junto aos colaboradores e aos consumidores com campanhas de conscientização.

Investimos em processos e tecnologias de proteção de conteúdo com mecanismos de rastreabilidade cada vez mais efetivos. Com as ferramentas que varrem as redes sociais, detectamos o compartilhamento de mais de 3 milhões de *links* disponibilizados ilegalmente.

Em 2024, houve a consolidação do Centro de Operações Globo com automações para ganho de escala no monitoramento e combate de caixas IPTV ilegais, *sites*, aplicativos e serviços de transmissão pirata.

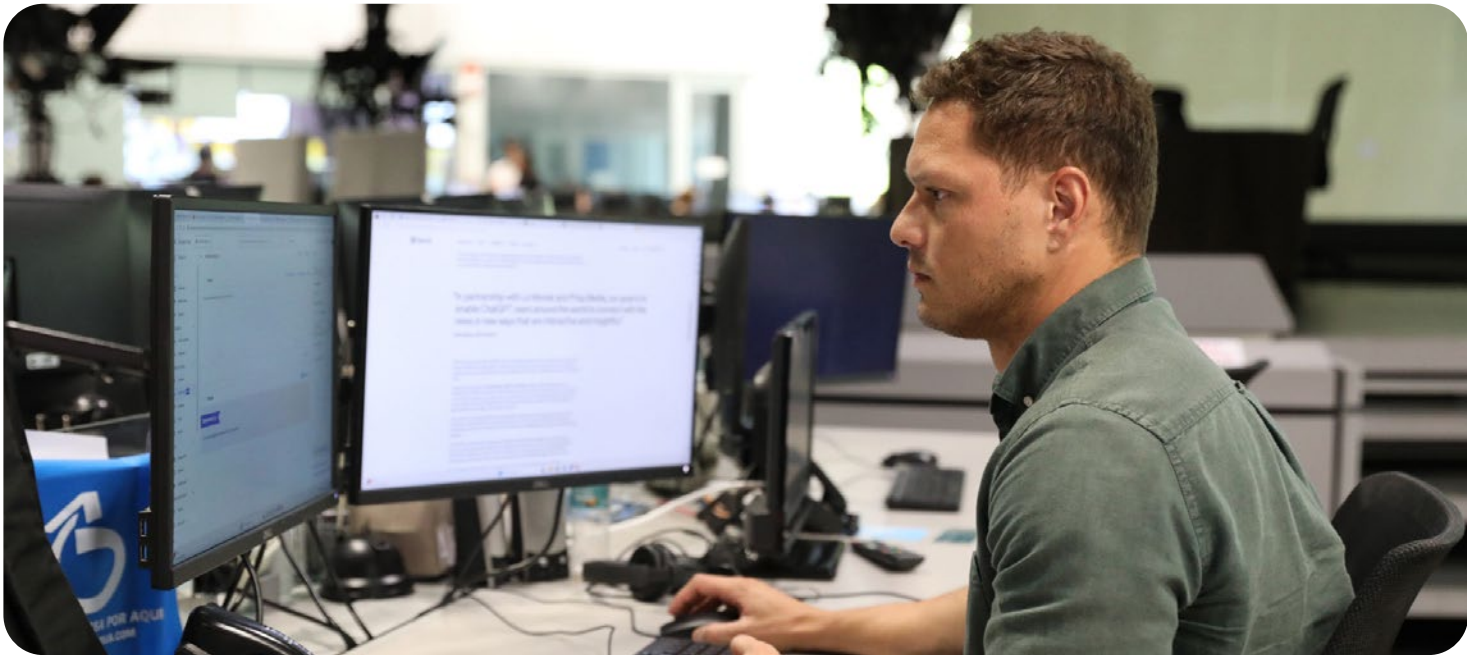
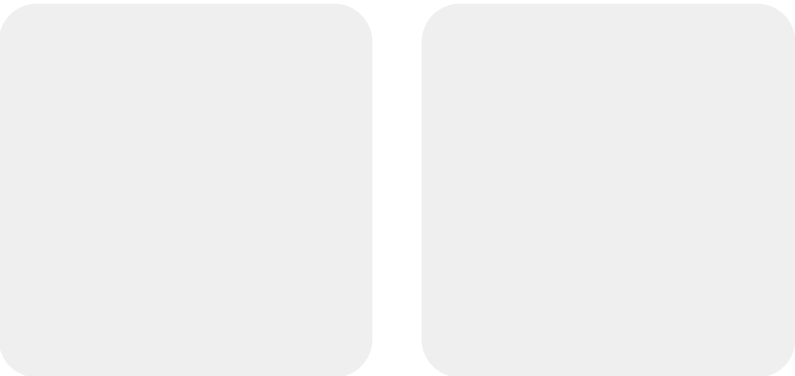
Além disso, dentro do acordo de cooperação da ABTA com a Anatel, a Globo apoiou no Laboratório Antipirataria no desenvolvimento de uma plataforma para orquestrar o fluxo de monitoramento, denúncias e ordens de bloqueio administrativo de serviços piratas.

Na Operação 404.7, da Secretaria de Operações Integradas do Ministério da Justiça e Segurança Pública, contribuímos com evidências de ilegalidades, noticiamos em nossos produtos informações para alertar a população sobre os riscos de plataformas e equipamentos ilegais e divulgamos o resultado do bloqueio de 675 sites e 14 aplicativos de transmissão ilegal de conteúdo.

A empresa também liderou um subgrupo voltado para o tema dentro do Grupo de Trabalho sobre Segurança da Informação na Sociedade Brasileira

de Engenharia de Televisão e participou ativamente de fóruns e associações sobre o tema para estimular discussões e soluções de combate às infrações de propriedade intelectual, como os painéis de antipirataria na SET EXPO, no Summit de Propriedade Intelectual, organizado pela LAAPIP (Latin America Anti-Piracy and Intellectual Property Consulting) e no Festival do Rio.

A Globo abriu espaço na sua programação para veicular a campanha de antipirataria “Pirataria. Não é legal.” da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA). Baseada em uma pesquisa sobre o comportamento dos consumidores, os filmes publicitários reforçaram, em tom educativo, os riscos e prejuízos do consumo de conteúdo ilegal.

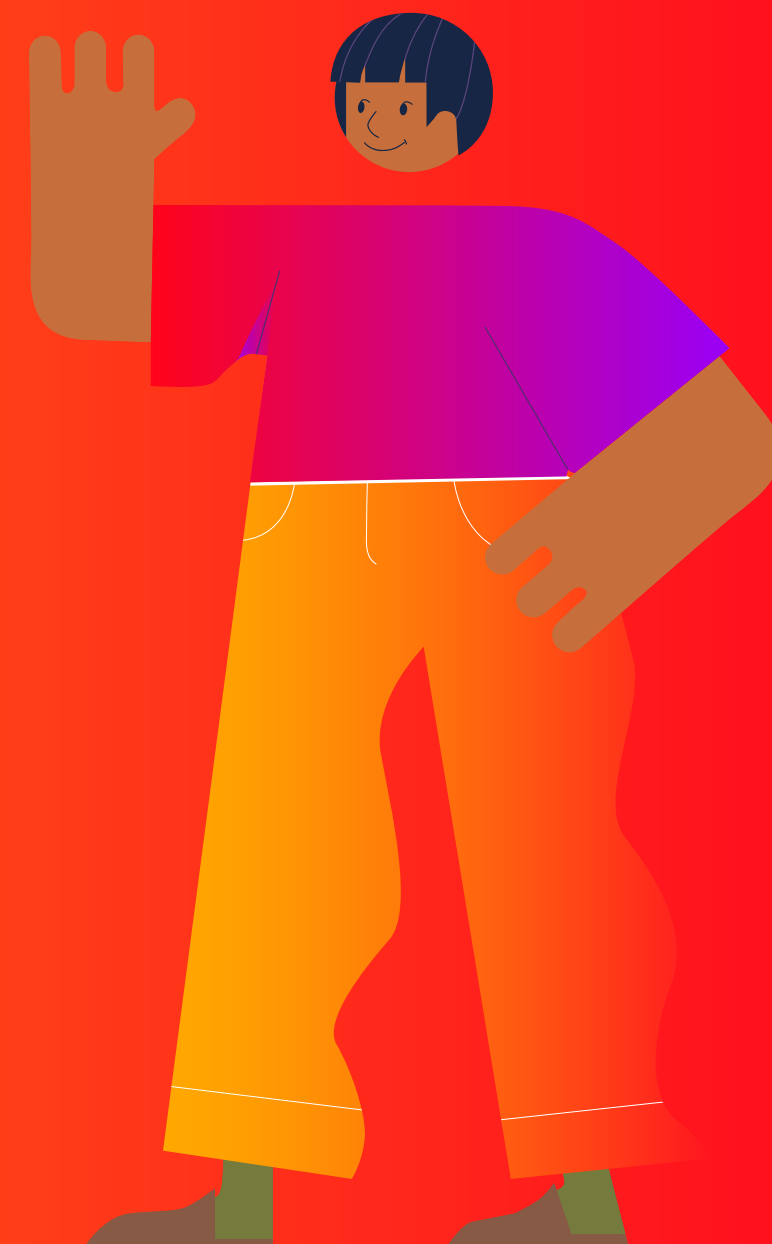




#6

Apoiar ativamente a educação como
vetor de transformação do Brasil.

Educação como vetor de transformação do país



Educação como vetor de transformação do país

Apoiar ativamente a educação como vetor de transformação do Brasil.

Legenda
do status

Meta em andamento

Meta alcançada

[Veja como chegamos nessas metas](#)

Metas 2030	Status 2024		Temas materiais	ODS
Seremos um ponto de encontro, espaço de troca de experiências e referência entre formadores de opinião e interessados em educação.	Prêmio LED • 2.301 iniciativas inscritas Desafio LED • 2.396 iniciativas inscritas; Festival LED Rio • 8.000 participantes presenciais; Festival LED Belém • 2.500 participantes presenciais; Comunidade LED • 22 encontros realizados e 88 horas de capacitação (formação coletiva e mentorias individuais).		Responsabilidade social e corporativa; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	1 10 16 4 11 17
Atuaremos na construção de alianças estratégicas para viabilizar campanhas e projetos de impacto em educação.	Consolidamos o conselho curador do Movimento LED e desenvolvemos o Movimento Educa 2030.		Responsabilidade social e corporativa; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	1 10 16 4 11 17
Sistematizaremos iniciativas formando um acervo de casos de sucesso que possam também ser inspiradores em outros contexto.	Banco de boas práticas já soma 39 metodologias compartilhadas na Comunidade LED.		Responsabilidade social e corporativa	1 10 16 4 11 17
Fortaleceremos os diversos atores da educação por meio de narrativas e representações positivas de professores, gestores e estudantes de forma transversal em nossas multiplataformas.	O Especial LED alcançou 17,6 milhões de pessoas.		Responsabilidade social e corporativa; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	1 10 16 4 11 17
Engajaremos marcas parceiras por meio da criação e difusão, em conjunto, de narrativas que promovam a educação.	Festival LED contou com dois parceiros comerciais, 29 parceiros institucionais e um novo modelo de parceria junto ao Sebrae Nacional.		Responsabilidade social e corporativa; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	1 10 16 4 11 17
Organizaremos eventos relevantes sobre qualidade da educação.	LED por aí, agenda de ativação em eventos estratégicos, marcou presença em três eventos e impactou mais de 16 mil pessoas.		Responsabilidade social e corporativa; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	1 10 16 4 11 17
Produziremos, como prioridade estratégica, conteúdos únicos sobre educação para diferentes públicos por meio de nossas diversas plataformas, também envolvendo parceiros do mercado publicitário.	10.410 minutos de produção de conteúdo com foco em educação no jornalismo na TV aberta e na Globonews.		Responsabilidade social e corporativa	4 11 10 17
Envolveremos nossas áreas e canais para que se comprometam com entregas anuais que ajudem a tangibilizar o conhecimento sobre educação de qualidade e caminhos para alcançá-la.	Envolvemos a área de Produtos Digitais da Globo e nos reunimos com os profissionais de <i>marketing</i> das emissoras afiliadas, por meio do Conexão LED e MKT Day, respectivamente.		Responsabilidade social e corporativa; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	4 10 11 17
Articularemos para que as plataformas da Globo e da Fundação Roberto Marinho trabalhem em sintonia, compartilhando soluções e metodologias por meio de seus conteúdos.	A categoria “Educação” está disponível no Globoplay e já soma 45 trilhos temáticos, o que representa 237 horas de programação.		Responsabilidade social e corporativa;	1 10 16 4 11 17
Apoiaremos o Canal Futura pela área de Negócios Globo para que ele, pela sua atuação em comunicação educativa, torne-se uma alternativa no mercado publicitário para marcas comprometidas com educação.	Realizamos Road Show dos produtos ligados ao Canal Futura para a área comercial da Globo. Além disso, realizamos um trabalho de revisão da estratégia de marca do canal.		Responsabilidade social e corporativa; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	1 10 16 4 11 17
Engajaremos nosso público interno em ações, plataformas e produtos de ambas as organizações.	Iniciamos um piloto para promover duas imersões de colaboradores Globo nos projetos impactados pelo Movimento LED. Além disso, contamos com a participação de colaboradores na Comunidade LED e estimulamos a presença no Festival LED.		Responsabilidade social e corporativa; e Diálogo com <i>stakeholders</i>	4 11 17 10 16

O futuro da educação no Brasil

Acreditamos na educação como instrumento transformador da realidade brasileira e principal motor para mudanças sociais. Investimos em iniciativas educacionais que ampliem conhecimento e levem oportunidade para crianças, jovens e adultos de diferentes regiões do país.

Estamos comprometidos em contribuir para um futuro melhor e assumimos um papel de agentes, junto à Fundação Roberto Marinho, com a missão de promover ações socioeducacionais e dando acesso à educação, um importante pilar para o desenvolvimento da sociedade.

Movimento LED

GRI 3-3 • DAR VISIBILIDADE ÀS CAUSAS • RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA • DIÁLOGO COM STAKEHOLDERS | GRI 203-1 | 203-2

A maior iniciativa de educação da Globo, o Movimento LED – Luz na Educação, é promovido em parceria com a Fundação Roberto Marinho. O Movimento nasceu em 2021 com a vocação de ser

luz e motor para reconhecer, dar visibilidade e impulsionar iniciativas que estão inovando no campo da educação. Em 2024, para o **Festival LED**, contamos com dois parceiros comerciais, 29 parceiros institucionais e desenvolvemos um novo modelo de parceria junto ao Sebrae, que viabilizou a itinerância do festival para Belém.

Mais de 2.300 iniciativas se inscreveram na terceira edição do **Prêmio LED** nas categorias: Educadores, Estudantes e Empreendedores. Os seis vencedores que se destacaram em inovação,

Lázaro Ramos com vencedores do Prêmio LED 2024 • Daniela da Silva, Luiza Vilanova, Janiglécia Lopes, Huanderson Lobo, Hiara Cruz e Lindemberg Lima



O Movimento LED é formado por três pilares:

Prêmio

O Prêmio LED mapeia, reconhece e dá visibilidade para iniciativas inovadoras em educação e o Desafio LED estimula estudantes a criarem soluções para problemas educacionais.

Festival

Uma oportunidade para experimentar o futuro da educação, de forma presencial e *online*, em uma imersão com especialistas, artistas e educadores.

Comunidade

Plataforma de relacionamento que estimula conversas e divulga iniciativas inovadoras em educação.

impacto e potencial de escala ganharam R\$ 200 mil cada. O resultado foi revelado no **Especial LED**, programa de televisão que foi ao ar na TV Globo, com a apresentação de Lázaro Ramos, atingindo 17,6 milhões de pessoas. O sétimo vencedor, eleito por voto popular, recebeu R\$ 100 mil e o resultado foi anunciado no programa Mais Você.

O **Desafio LED Me dá uma luz aí** contou com uma campanha em parceria com o g1, chegando a 2.400 iniciativas inscritas em todo o Brasil. Os estudantes participaram com propostas de soluções inovadoras para melhorar a utilização da tecnologia na educação, baseadas em suas experiências pessoais. O processo de seleção foi realizado ao longo de uma jornada de mentorias. Os cinco finalistas defenderam seus projetos no palco do **Festival LED**, que contou com a apresentação de Marcos Mion e a avaliação de uma banca de especialistas. O valor de R\$ 300 mil foi distribuído de acordo com o *ranking* final. O **Prêmio LED** e o **Desafio LED** juntos distribuíram um total de R\$ 1,6 milhão em premiações em 2024.

Já o **Festival LED Rio**, que ocupou a Praça Mauá, desde o Museu do

Amanhã até o Museu de Arte do Rio, se tornou o maior evento de educação aberto e gratuito do Brasil, reunindo 8 mil pessoas presencialmente, além de 150 mil participantes *online* ao vivo nas plataformas Globo. Foram mais de 250 palestrantes, incluindo a importante participação da professora e filósofa estadunidense Angela Davis, um dos principais nomes da educação, defensora do tema como caminho para a justiça social e a formação de cidadãos críticos.

A programação tem o objetivo de promover encontros improváveis que possam debater o futuro da educação e, ao mesmo tempo, emocionar e entreter. Tudo isso por meio de palestras, apresentações, oficinas, *shows* e experiências.

Também lançamos o **LEDinho**, um espaço lúdico dedicado a crianças e suas famílias, que proporcionou oficinas, contação de histórias e encontros com os Detetives do Prédio Azul. A ativação contou com a parceria da Fundação Maria Cecília Vidigal, apoio do Unicef e parceria de conteúdo do Gloob.

Duplicamos o número de palcos do **Festival LED Rio**, passando para seis. Tivemos um aumento

expressivo no número de palestrantes, que saltou de 152 para 256, e no total de horas de conteúdo, que aumentou de 62 para 133 horas.

“Em 2024, o LED cumpriu brilhantemente seu propósito de jogar luz na educação, em especial nos primeiros anos de vida da criança, fase basilar para tudo o que vem depois. Pela primeira vez, o festival recebeu o LEDinho, voltado para crianças e suas famílias. Com “Nelson, o Nenê”, uma iniciativa da Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, tivemos a oportunidade de discutir temas essenciais para o desenvolvimento infantil, como o impacto do afeto e do brincar. É com ações como essa que construímos um futuro mais justo e acolhedor para nossas crianças.”

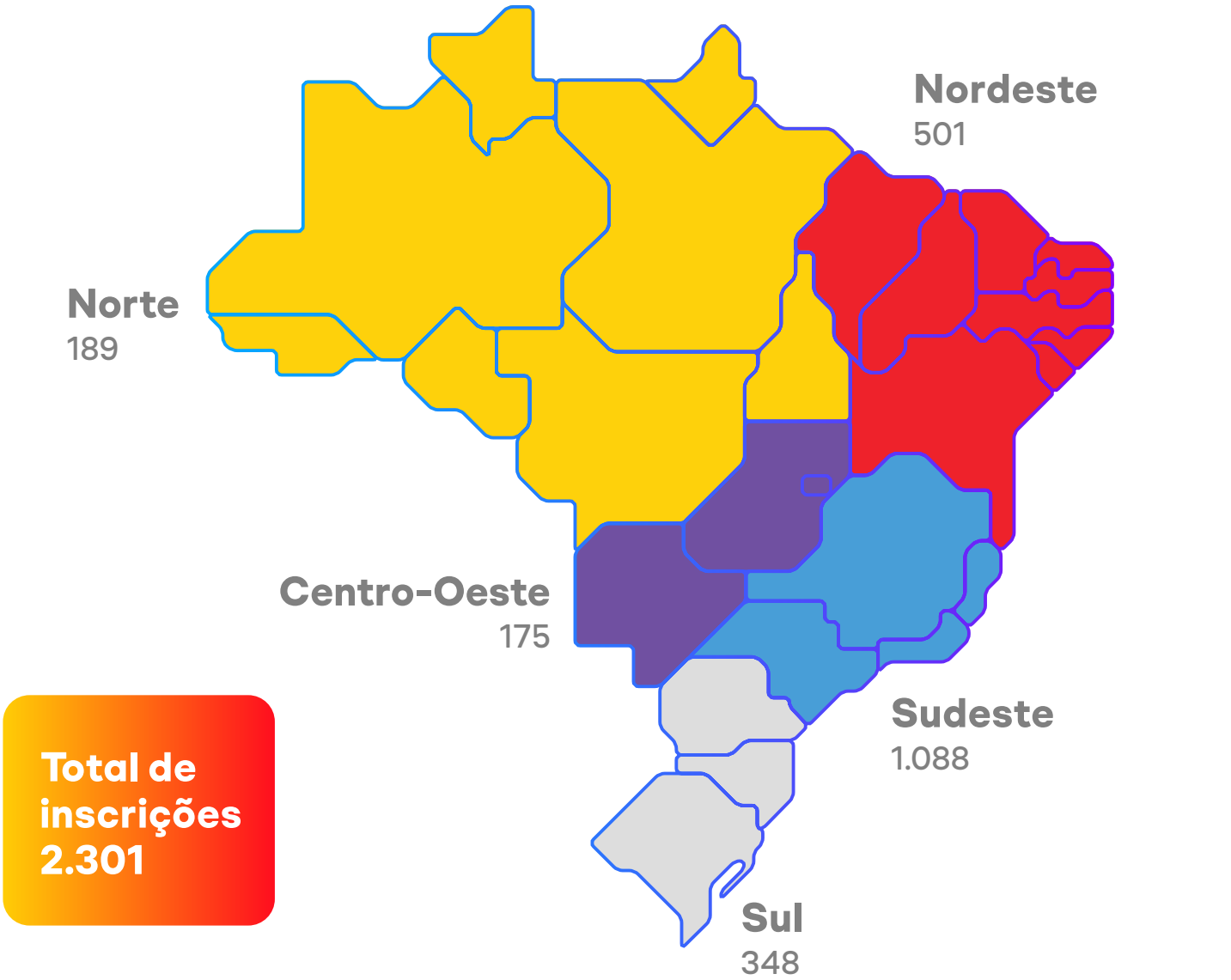
Mariana Luz
CEO da Fundação Maria Cecília Souto Vidigal

Em 2024, o Festival LED alcançou 10.500 pessoas no evento presencial e impactou 180 mil pela transmissão *online*. No LED POR AÍ, impactamos 16 mil pessoas.

A **Comunidade LED**, que conta com 45 embaixadores – vencedores e finalistas do Prêmio LED – e uma plataforma de troca de conhecimento, foi reformulada em 2024. Ao longo do ano, os embaixadores tiveram acesso a uma jornada de desenvolvimento

que incluiu *workshops*, mentorias e *masterclasses*, totalizando 88 horas de formação, além de conexão com parceiros e participação em eventos. Os embaixadores tiveram, ainda, encontros com autores e roteiristas como Rosane Svartman, Elisio Lopes e Jorge Furtado.

Inscritos na terceira edição do Prêmio LED



Inauguramos a itinerância do Festival LED em Belém

O evento foi uma realização da Globo e Fundação Roberto Marinho, com apoio da TV Liberal e Canal Futura e parceria estratégica do Sebrae. Diante da relevância e protagonismo da região Norte, especialmente Belém, por conta da COP30, a questão climática foi um dos temas abordados nas mesas de discussão, além de educação empreendedora e cultura.

Com dois palcos de conteúdo e 50 palestrantes em 20 atividades, entre mesas de debates, *shows* e oficinas,

o evento reuniu nomes como Fafá de Belém, Gaby Amarantos, Marcio Lins, Thaynara OG, Milton Cunha, Dona Onete, Sandra Annenberg e Mítico. O Festival recebeu 2.500 pessoas presencialmente e alcançou 30 mil pessoas nas transmissões; também se desdobrou em um programa especial na grade de programação da TV Liberal com os melhores momentos do evento, que alcançou 260 mil pessoas e também entrou no portfólio do Globoplay.



Festival LED
Belém • show
da Keila Gentil

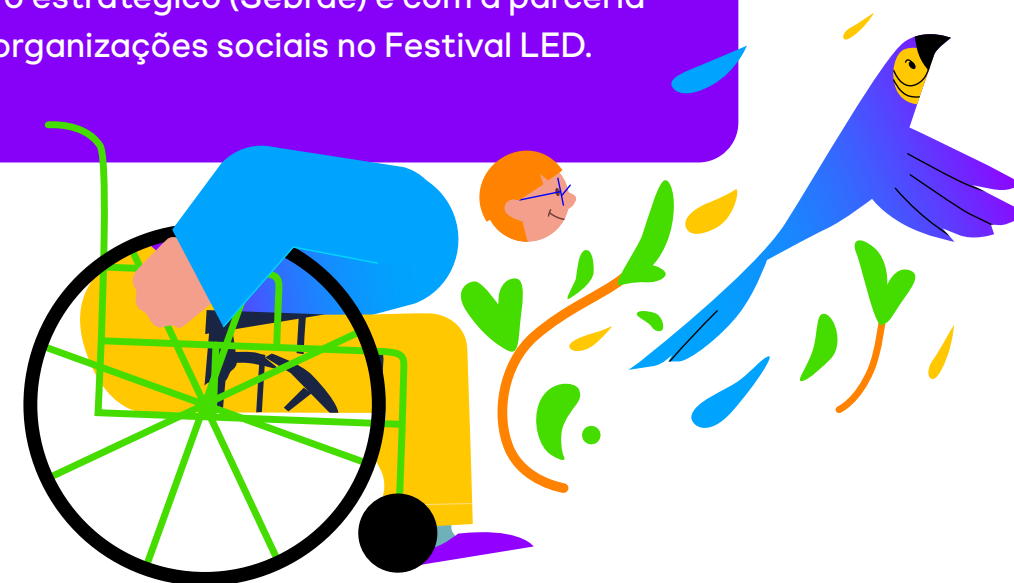
O Movimento LED e sua governança

Em todos os seus pilares, o Movimento LED conta com 14 organizações de referência no campo da educação no conselho consultivo e duas como apoio institucional. O papel dessas organizações é contribuir para a visão estratégica do projeto e alinhamento com as pautas contemporâneas relacionadas ao tema.

Em 2024, o Conselho passou por uma renovação para aumentar ainda mais sua diversidade e representatividade.

Atualmente, ele é composto pelas seguintes organizações: Unesco, Unicef, Todos pela Educação, Organização dos Estados Ibero-americanos, Atlas das Juventudes, Cieb, Fundação Bradesco, Instituto de Tecnologia e Sociedade, Porto Digital, Divers.SA, Ukka, OIJ, Voz das Comunidades, Preta Hub e duas organizações no apoio institucional – Consed e Undime.

No período, contamos também com dois parceiros comerciais (Fundação Bradesco e Prefeitura do Rio de Janeiro), um parceiro estratégico (Sebrae) e com a parceria institucional de 33 organizações sociais no Festival LED.



Impacto do Movimento LED

Queremos que iniciativas e ideias inovadoras premiadas em educação se consolidem e ampliem sua atuação no Brasil. Para isso, fizemos um diagnóstico – Lógica de Impacto | Teoria da Mudança –, em parceria com a Fundação Dom Cabral, para avaliar a experiência e os impactos na perspectiva dos vencedores. Nosso propósito nessa frente é fazer com que a população brasileira tenha mais conhecimento sobre o contexto da educação e esteja sensibilizada sobre a importância do envolvimento da sociedade para a transformação da realidade da educação.

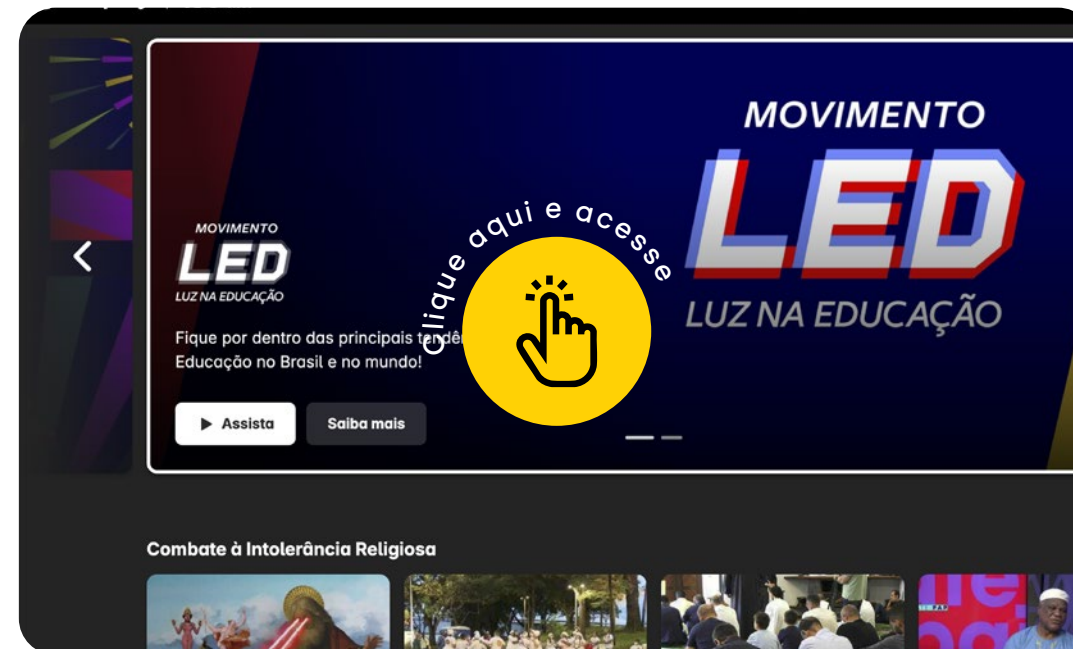
Durante o trabalho, o principal objetivo foi buscar entender a percepção dos participantes do LED sobre suas experiências, a maneira como o Movimento impactou suas vidas e o desenvolvimento de seus projetos e ideia e como podemos melhorar nossa atuação para impactar ainda mais cada iniciativa.

A partir dos resultados, a expectativa é criar estratégias de evolução e continuidade para o Movimento, fazendo com que pessoas de

diversas regiões do país tenham mais consciência, conhecimento e se sintam inspiradas a agir em prol da educação.

Veja, abaixo, dados sobre a pesquisa:

- » **Prêmio LED (2022 a 2024)** • ouvimos ganhadores e finalistas em cerca de 20 entrevistas *online*. Os impactos percebidos por todos os perfis indicam mais visibilidade e chancela como os principais benefícios para os vencedores do Prêmio LED, com oportunidades de ampliar as conexões após a premiação.
- » **Desafio Led (2022 e 2023)** • fizemos mais de dez entrevistas com ganhadores. Para os vencedores do Desafio, os benefícios emocionais foram os mais citados. A principal oportunidade de aprimoramento identificada está no estreitamento da relação pós-premiação.
- » **Festival LED (2024)** • fizemos 532 entrevistas no festival e 101 na rua. Para 91% dos participantes, o Festival proporcionou algum novo aprendizado, e 98% deles relataram que a programação trouxe inspiração para contribuir para algum dos temas. O Festival foi avaliado pelo público com NPS 69, que representa zona de qualidade.



Educação nas plataformas

A categoria 'Educação' no Globoplay segue sendo ponto de encontro de conteúdos produzidos pelas plataformas Globo na temática de educação.

Os conteúdos compartilhados são organizados a partir de temas e efemérides do ano, como volta às aulas, educação antirracista, valorização do professor, orgulho LGBTQIA+, educação financeira e educação empreendedora, entre outros, e têm o objetivo de apoiar estudantes e educadores, enriquecendo e complementando as suas jornadas educacionais.

A iniciativa é fruto da curadoria do Movimento LED com a Fundação Roberto Marinho e o Canal Futura e já soma 45 trilhos temáticos, totalizando 237 horas de conteúdo educacional.

Para incentivar o retorno dos estudantes às escolas, a Globo reexibiu a campanha "Volta às aulas, tudo que é bom tem que estar presente", que retrata a sala de aula como um ambiente para troca de conhecimento, seguro, acolhedor e também divertido. A campanha foi cocriada com a Fundação Roberto Marinho e 22 organizações de referência no campo da educação.

Educação no jornalismo

Foram 712 reportagens publicadas sobre o tema educação em 2024, um total de 10.044 minutos de conteúdo sobre o tema. Além dos assuntos factuais, nossas redações e 118 emissoras afiliadas acompanharam as discussões que mobilizam a sociedade brasileira, como Inteligência Artificial, EAD e proibição de celulares nas escolas. As pautas abordaram também acesso à escola, reformas no sistema de ensino, defasagem idade-série e iniciativas inovadoras para impulsionar a aprendizagem. As reportagens geraram mais de 12 milhões de *pageviews*.

Veja detalhes sobre algumas delas a seguir:

Globo Repórter (Inteligência Artificial) • o programa mostrou o ensino de Inteligência Artificial em escolas públicas do Piauí, uma didática multidisciplinar que é ensinada até de forma desconectada, sem uso de computadores e *internet*. A IA se tornou disciplina obrigatória para 120 mil alunos do estado em 2024.

g1 (Acesso ao Ensino Superior) • o jornalismo local dedicou ampla cobertura aos vestibulares pelo Brasil, antes, durante e depois dos concursos de acesso à universidade, com projetos especiais ao longo do ano, *flashes* durante a programação nos dias de prova e serviços para os estudantes e suas famílias.

Jornal Nacional (proibição do uso de celular) • reportagem mostrou a repercussão da proibição de celulares em escolas públicas e particulares de São Paulo.

g1 (Explicando os virais) • ao longo do ano explicamos, sob a ótica da sala de aula, diversos vídeos ou temas virais das redes sociais.



A relevância do Futura para a educação no Brasil

A Fundação Roberto Marinho tem no Futura seu principal canal de distribuição de conteúdo educativo. Disponível gratuitamente em todo o país para acesso digital ou em sistemas de TV, o Futura se destaca pela capacidade de se comunicar com professores e gestores da educação básica no Brasil e por apoiar a trajetória educacional de crianças, adolescentes e jovens. Dois terços dos educadores brasileiros têm hábito de acessar o Futura, utilizando o conteúdo para sua formação pessoal, a indicação aos estudantes e a inspiração para novas práticas de sala de aula.

Educação no entretenimento

Na Globo, a educação é tratada em diversos conteúdos do entretenimento por meio de abordagens de temas em diferentes produções e horários.

Com a intenção de sensibilizar e inspirar novas narrativas em educação, a segunda edição do Conexão LED trouxe reflexões sobre como a inteligência artificial está transformando a educação, o impacto das tecnologias na saúde emocional das crianças e jovens e a integração da IA e educação nos negócios das empresas de mídia. Essas e outras questões foram debatidas por especialistas, estudantes e professores para o público de toda a área de Produtos Digitais.



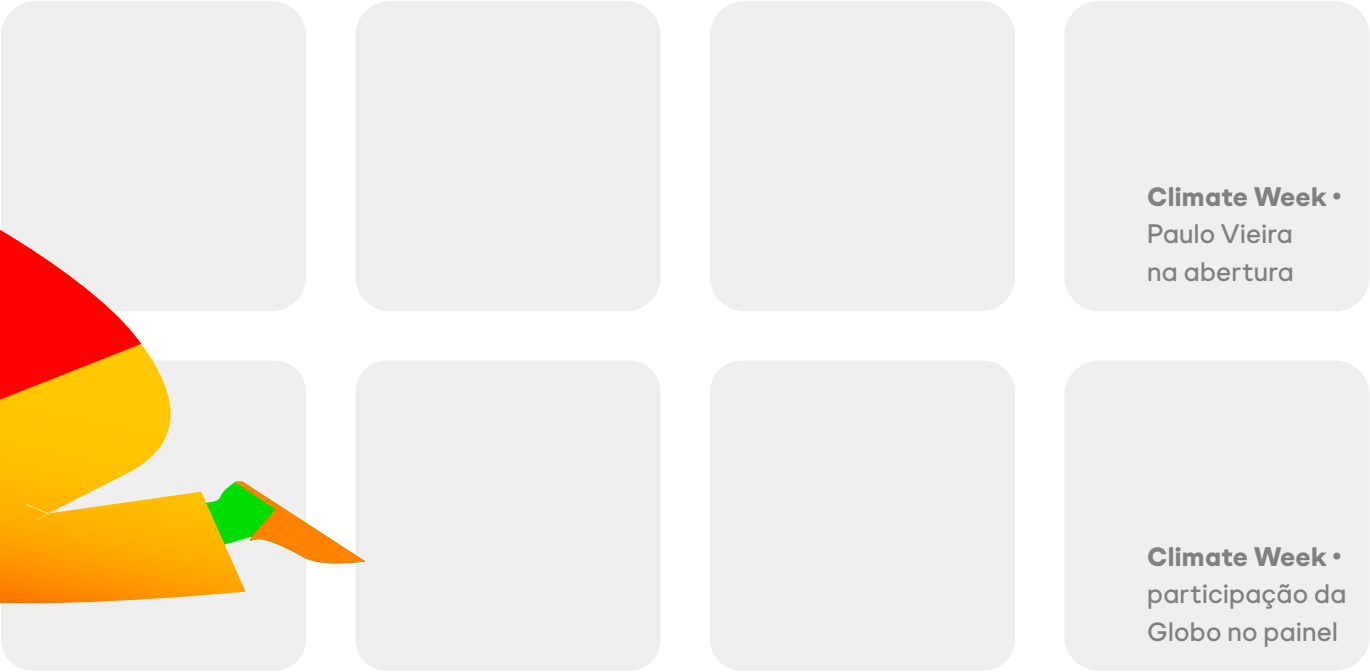
João Victor Neo e Yasmin Castro

Parcerias estratégicas

GRI 3-3 • RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Por meio da destinação de impostos via incentivos fiscais, apoiamos também organizações da sociedade civil. Mais de 20 projetos foram apoiados no período, com um investimento de cerca de R\$ 4 milhões.

GRI 203-1



Climate Week • Paulo Vieira na abertura

Climate Week • participação da Globo no painel



Educa2030

GRI 3-3 • RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA | 203-2

É um movimento do Pacto Global da ONU para incentivar as empresas a investirem em educação. A Globo, com o desejo de reforçar seu compromisso com a educação, é uma das embaixadoras da iniciativa. O Ministério do Trabalho e Emprego e o Unicef estão entre os parceiros estratégicos.

O movimento promove apoio e orientação para que as empresas parceiras encontrem conhecimento, capacidades e ferramentas para desenvolverem políticas e projetos

internos que impactem positivamente seus colaboradores.

Lançado internacionalmente em 2023 em Genebra, o Educa2030 teve o lançamento nacional no Museu de Arte Moderna de São Paulo em 2024. Nesse ano, foi desenvolvida, também, a Teoria da Mudança e os planos de ação de cada uma das metas. O Educa2030 conta com 19 empresas signatárias.

A Globo participou dos eventos Fórum ESG Rio de Janeiro, Fórum RH Rio de Janeiro e do Encontro Jornada de Conhecimento do Jovem Aprendiz, que foi sediado na Globo em São Paulo, com a presença de

70 empresas. A Companhia esteve presente, também, em uma mesa do Educa2030 na Climate Week em Nova York, na sede da ONU, organizada pelo Pacto Global Brasil.

Metas do Educa2030

- » Impulsionar a escolaridade de colaboradores, sobretudo dos mais vulneráveis;
- » Promover a inclusão produtiva de jovens; e
- » Impulsionar o desenvolvimento profissional de mulheres nas áreas de ciência, tecnologia, engenharia e matemática.



Anexos

Caderno de
indicadores

Sumário GRI

Sumário SASB

Carta de
asseguração



Caderno de indicadores

GRI 2-7 Empregados

Empregados por regime de trabalho e gênero ^{1,2}						
	2022		2023		2024	
	Permanente (%)	Temporário (%)	Permanente (%)	Temporário (%)	Permanente (%)	Temporário (%)
Feminino	38,8	43,6	39,8	40,6	41,3	52,1
Masculino	61,2	56,4	60,2	59,4	58,7	47,9

Empregados por regime de trabalho e região ^{1,2}						
	2022		2023		2024	
	Permanente (%)	Temporário (%)	Permanente (%)	Temporário (%)	Permanente (%)	Temporário (%)
Centro-Oeste	3,3	2,2	3,3	1,4	3,3	2,3
Nordeste	2,1	0,5	2,1	1,1	2,1	0,7
Norte	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sudeste	94,4	97,2	94,2	97,5	94,3	97,0
Sul	0,2	0,0	0,4	0,0	0,3	0,0

1 A metodologia adotada foi contagem de empregados no fim do período de relato. Não estão incluídos aposentados por invalidez e empregados afastados há mais de 180 dias.

2 A Globo não possui empregados em regime de trabalho parcial ou sem garantia de carga horária, portanto, todos os empregados são enquadrados no regime de trabalho em tempo integral.

GRI 2-8 Trabalhadores que não são empregados¹

	2022		2023		2024	
	Feminino (%)	Masculino (%)	Feminino (%)	Masculino (%)	Feminino (%)	Masculino (%)
Centro-Oeste	0,6	2,4	3,1	2,6	2,9	1,9
Nordeste	0,9	0,7	1,4	0,9	1,8	1,9
Norte	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sudeste	98,4	96,9	95,5	96,5	95,3	96,2
Sul	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

1 Trabalhadores Terceiros (mão de obra temporária – MOT) com prazo determinado de até nove meses de contratação. A mão de obra temporária da Globo é contratada por intermédio de uma empresa terceira, para atuação em projetos e produtos específicos. São pessoas que atuam nas funções de equipe ou equipe operacional. Para o cálculo do indicador, foram considerados todos os trabalhadores contratados por meio de um terceiro que tiveram vínculo com a Globo no período de janeiro a dezembro de 2024.

GRI 2-12 Papel do mais alto órgão de governança na supervisão da gestão de impactos

GRI 2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos

O Conselho de Administração, composto por nove membros, dos quais apenas um exerce função executiva e dois são independentes, é responsável por definir as diretrizes estratégicas e monitorar o desempenho da Diretoria Executiva, especialmente na implementação da estratégia ESG. Essa composição, pautada em critérios rigorosos de qualificação, diversidade e independência, assegura que a supervisão dos impactos e a responsabilidade na gestão estejam integradas à cultura e aos processos decisórios da empresa.

Em 2022, o Estatuto Social passou a exigir a manutenção de um Comitê de Pessoas, Cultura e ESG independente, encarregado de avaliar metas e indicadores para fortalecer a governança corporativa, a responsabilidade social e climática e fomentar a diversidade, equidade e inclusão. Desde 2023, as atividades do Conselho e de seus Comitês são suportadas por uma plataforma de governança. A ferramenta oferece acesso seguro aos materiais relevantes para a tomada de decisões e para

a gestão do conhecimento, além de fazer o registro das contribuições dos conselheiros, reforçando a transparência e a eficácia dos processos decisórios.

GRI 2-14 Papel do mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade

O Conselho de Administração, conforme previsto em Estatuto Social, é responsável pelo direcionamento estratégico da Companhia e pelo monitoramento de sua implementação pelos executivos. Isso envolve cancelar os propósitos e valores fundamentais, supervisionar o desenvolvimento e execução das estratégias e monitorar o progresso em relação às metas, incluindo as áreas ESG.

GRI 2-15 Conflitos de interesse

Para gerenciar conflitos de interesses, o Grupo adota o Código de Ética e Conduta e o Regimento Interno do Conselho Administrativo, que estabelecem diretrizes claras para evitar tais conflitos em toda a organização. Os conselheiros devem declarar antecipadamente qualquer conflito de interesse, seja real ou potencial, e abster-se de participar ou ter acesso a discussões e deliberações que envolvam tais conflitos. O Comitê de Compliance, Proteção de Dados Pessoais, Auditoria e Riscos (Codar) atua de forma autônoma e está vinculado diretamente ao Conselho

de Administração. Entre suas atribuições, o Comitê assessora as transações com partes relacionadas e faz a gestão de potenciais conflitos de interesses.

O Estatuto Social da Globo determina que negócios e transações com partes relacionadas devem ser previamente aprovados. Além disso, o Código de Ética e Conduta impõe que os integrantes devem zelar por um ambiente corporativo livre de influências conflitantes, sendo proibida a realização de negócios ou a tomada de decisões em situações de potencial conflito.

Os colaboradores de toda a organização contam com o Canal de Ouvidoria para reporte de desvio de conduta ou conflito de interesses e têm o dever de evitar qualquer situação em que seus interesses pessoais possam entrar em conflito com os objetivos do Grupo Globo. Em 2016, foi lançado o primeiro relatório do canal de ouvidoria, que apresenta dados sobre os relatos recebidos, incluindo aqueles relacionados a conflitos de interesses.

Todos os colaboradores devem realizar o treinamento obrigatório a respeito do Código e Ética e Conduta do Grupo Globo, que é permanentemente disponibilizado em *sites* institucionais.

GRI 303-3 Captação de água

GRI 303-5 Consumo de água¹

SASB TC-IM-130a.2

Captação total de água ^{2,3}			
Fontes	Volume (ML)		
	2022	2023	2024
Água de superfície	0,06	0,69	1,04
Água subterrânea	69,48	87,11	82,19
Água produzida	39,44	61,46	38,59
Água de terceiros ⁴	185,33	179,27	186,06
Total	294,31	328,53	307,88

Tipos de água captada ⁵			
Fontes	Volume (ML)		
	2022	2023	2024
Água doce (sólidos dissolvidos totais ≤1.000 mg/L)	254,86	267,07	269,29
Outros tipos de água (sólidos dissolvidos totais >1.000 mg/L)	39,44	61,46	38,59
Total	294,29	328,53	307,88

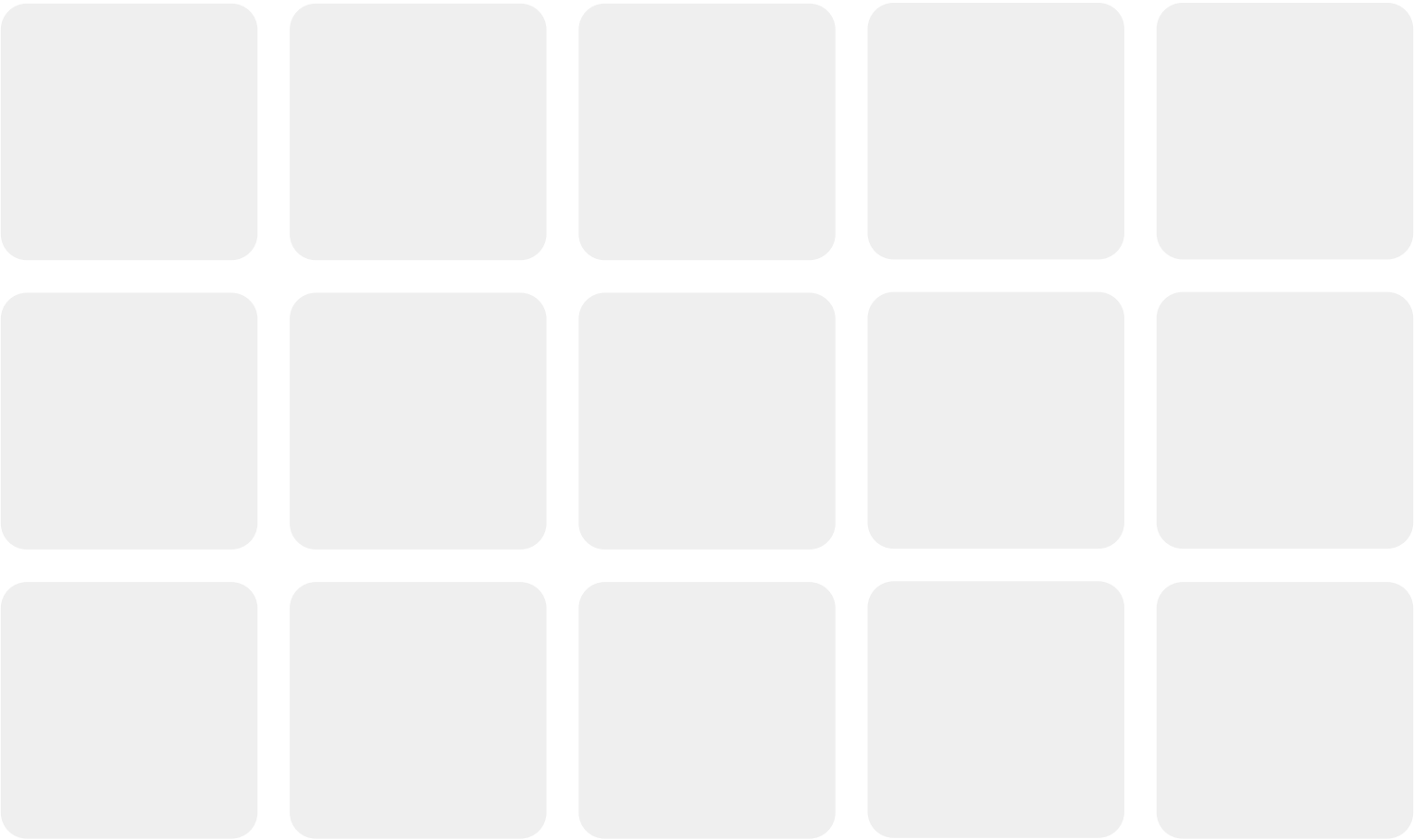
- 1 A Globo entende que seu consumo é exatamente igual ao total captado.
- 2 Não temos captação em áreas de estresse hídrico.
- 3 Não houve captação de água do mar.
- 4 Do volume total captado em 2024 pela fonte água de terceiros, 48,06 ML foi proveniente de caminhão pipa e 138,00 ML proveniente de concessionária.
- 5 Apenas a água de reúso, que é proveniente do tratamento de efluentes Globo, não foi considerada como água doce.

GRI 303-4 Descarte de água

Tipos de destinação da água ^{1,2}			
Fontes	Volume (ML)		
	2022	2023	2024
Descarte total de água	168,95	147,15	160,43

Tipos de água descartada			
Fontes	Volume (ML)		
	2022	2023	2024
Água doce (sólidos dissolvidos totais ≤1.000 mg/L)	84,09	294,31	160,43
Outros tipos de água (sólidos dissolvidos totais >1.000 mg/L)	84,86	0,00	0,00
Total	168,95	147,15	160,43

- 1 Não temos descarte de água em áreas de estresse hídrico
- 2 Não tivemos descarte de água em água de superfície, água subterrânea ou água do mar.



GRI 302-1 Consumo de energia dentro da organização

SASB TC-IM-130a.1

Combustíveis de fonte não renováveis			
Tipos de combustíveis	Consumo (GJ)		
	2022	2023	2024
Gás natural	1.620,42	1.554,37	1.474,70
GLP	350,83	435,11	352,01
Gasolina	261,66	480,28	330,30
Diesel	14.009,32	14.276,96	13.696,24
Total	16.242,23	16.746,72	15.853,25

Combustíveis de fonte renovável			
Tipos de combustíveis	Consumo (GJ)		
	2022	2023	2024
Etanol	4.196,66	4.186,73	4.168,87
Total	4.196,66	4.186,73	4.168,87

Consumo total de energia elétrica			
Categorias	Consumo (GJ)		
	2022	2023	2024
Energia Grid	41.040,55	7.351,90	6.888,71
Energia de fonte renovável (MD + GD + Solar)	330.797,54	393.041,85	362.556,94
Total	371.838,09	400.393,75	369.445,64

Consumo total de energia dentro da organização em GJ			
	2022	2023	2024
Consumo de combustíveis não renováveis	16.242,23	16.746,72	15.853,25
Consumo de combustíveis de fonte renovável	4.196,66	4.186,73	4.168,87
Consumo de energia elétrica¹	371.838,09	400.393,75	369.445,64
Total	392.276,98	421.327,20	389.467,76

1 O total de energia elétrica consumida dentro da organização inclui a energia comprada e a gerada, por fontes renováveis ou não.

GRI 302-2 Consumo de Energia fora da organização

Categoria	Tipo de combustível	Consumo (GJ)		
		2022	2023	2024
Combustíveis de fontes não-renováveis	Diesel	23.214,62	22.806,34	21.212,92
	Gasolina	331,59	639,76	275,32
	Gás Liquefeito de Petróleo (GLP)	46,47	79,46	63,38
	Gás natural veicular (GNV)	51.242,94	35.354,54	38.023,68
	Gasolina de aviação	4.574,18	4.973,73	5.337,00
	Querosene de aviação	69.296,83	109.443,70	111.858,26
Combustíveis de fontes renováveis	Etanol hidratado		24,18	45,53
Totais		148.706,82	173.321,70	176.816,08

GRI 305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)

GRI 305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia

GRI 305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)

Emissões de GEE em tCO ₂ e	2022	2023	2024¹
Escopo 1	3.433,63	5.251,17	3.510,39
Emissões biogênicas de Escopo 1	387,46	406,30	418,00
Escopo 2 (localização)	4.400,67	4.210,61	5.435,15
Escopo 2 (mercado)	475,98	77,40	101,41
Escopo 3	10.364,96	12.090,64	12.255,86
Emissões biogênicas de Escopo 3	285,54	4.905,78	1.206,42

1 Gases incluídos | Escopo 1 • CO₂, CH₄, N₂O, HFC | Escopo 2 • CO₂ | Escopo 3 • CO₂, CH₄, N₂O | Abordagem de consolidação • Controle Operacional | Outras categorias e atividades de emissões Escopo 3 incluídas no cálculo • Geradores e equipamentos de terceiros, transporte por aplicativo, veículos de cooperativas, viagens a negócio, transporte externo de resíduos, volume de resíduos para aterros, fretes aéreos e terrestres. | Ferramenta de cálculo das emissões • Programa Brasileiro do GHG Protocol

GRI 305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)

Redução de emissões GEE em tCO ₂ e			
	2022	2023	2024
Total de reduções em relação ao ano-base de 2019¹	6.320,43	3.175,79	4.727,34

1 Emissões do Escopo 1 • 2.852,00 tCO₂e | Emissões do Escopo 2 • 2.009,00 tCO₂e | Emissões do Escopo 3 • 15.734,00 tCO₂e

GRI 306-3 Resíduos gerados

Resíduos gerados em toneladas	2022	2023 ¹	2024
Não perigosos	9.141,13	12.168,22	11.794,39
Perigosos	108,46	92,51	93,70
Total	9.249,59	12.260,73	11.888,09

¹ Os valores publicados sobre resíduos não perigosos no ano de 2023 foram atualizados, o que resultou na alteração da soma total. Consulte os detalhes no Sumário GRI. [GRI 2-4](#)

GRI 306-4 Resíduos não destinados para disposição final

Classificação dos resíduos								
Localização das operações	Operações	Destinação	2022		2023		2024	
			Resíduos não perigosos	Resíduos perigosos	Resíduos não perigosos	Resíduos perigosos	Resíduos não perigosos	Resíduos perigosos
Dentro da organização	Outras operações de recuperação	Doação	256,84	4,77	78,00	4,62	10,12	0,00
	Outras opções de destinação	ETE Globo	19,04	0,00	395,70	2,49	466,02	0,00
Fora da organização	Outras operações de recuperação	Recuperação energética ¹	2.020,78	0,00	2.974,76	0,00	233,04	0,00
		Logística reversa	1,17	51,23	4,26	22,09	3,44	19,84
		Reutilização	1.928,32	0,00	4.840,88	0,00	4.449,99	0,13
		Coprocessamento	47,99	38,58	212,89	45,81	206,36	55,25
		Biometanização	0,00	0,00	0,00	0,00	457,26	0,00
	Preparação para reutilização	Compostagem	313,84	0,00	446,33	0,00	3.187,54	0,00
		Rerrefino	0,00	4,04	0,00	6,00	0,00	3,93
		Remanufatura	0,00	0,00	0,00	0,00	14,35	0,00
	Reciclagem	Reciclagem	1.068,81	0,50	1.078,91	5,29	801,58	7,05
Totais			5.656,79	99,12	10.031,73	86,30	9.829,70	86,20

¹ Nos relatórios anteriores, os resíduos destinados pela Globo à recuperação energética foram classificados no indicador [GRI 306-4](#) como incineração (com recuperação de energia). Após reavaliação das nomenclaturas aderentes a este indicador, identificamos que a operação de recuperação realizada não se enquadra como incineração e sim como outras operações de recuperação, pois os resíduos são reaproveitados como insumo energético em processos produtivos, estando em linha com as premissas de relato do indicador [GRI 306-4](#), conforme registrado neste relatório.

GRI 306-5 Resíduos destinados para disposição final

Classificação dos resíduos								
Localização das operações	Operações	Destinação	2022		2023		2024	
			Resíduos não perigosos	Resíduos perigosos	Resíduos não perigosos	Resíduos perigosos	Resíduos não perigosos	Resíduos perigosos
Fora da organização	Aterramento	Aterro sanitário	3.484,34	0,04	2.136,49	0,00	1.734,76	0,00
	Incineração (sem recuperação de energia)	Incineração	0,00	3,28	0,00	0,01	0,00	3,09
	Outras operações de disposição	Autoclave	0,00	0,43	0,00	0,26	0,00	0,22
		ETE	0,00	5,59	0,00	5,94	229,93	4,19
Totais			3.484,34	9,34	2.136,49	6,21	1.964,69	7,50

GRI 201-2 Riscos climáticos

Riscos de transição				
Risco	Descrição	Potencial impacto	Estratégia de negócio	Prazo
Regulatório	Aumento dos custos associados à emissão, compensação e tributação de carbono.	Lei que pode gerar cobrança na emissão de GEE e tributação específica para operações que envolvem emissões de GEE. Além de custos indiretos associados ao repasse de fornecedores.	Seguir com ações de inovação para baixo carbono através de estratégias de compensação e potencial aceleração de atividade de descarbonização.	Médio • de 5 a 10 anos
Tecnologia	Necessidade de inovação tecnológica para reduzir o impacto ambiental das operações da empresa pode gerar custos adicionais que eventualmente, poderão se reverter em economias operacionais.	Investir em novas tecnologias, como produção de mídia virtual, realidade aumentada, efeitos especiais, combustível ecológico e meios de transporte sustentáveis, pode ser necessário para acompanhar as mudanças no mercado. Tais investimentos poderão ocasionar reduções no consumo de materiais, na geração de resíduos, nas emissões e compensações de carbono, no consumo de recursos naturais, água, energia, entre outros.	Seguir com investimento em pesquisa e desenvolvimento, além de possíveis alterações dos modelos de negócios.	Médio • de 5 a 10 anos
Mercado	Custo de capital mais alto para empresas que não são percebidas com boas práticas em ações climáticas.	Aumento das taxas de juros associadas a empréstimo de capital.	Garantir o devido acompanhamento e divulgação das metas e estratégias climáticas.	Curto • até 5 anos
Reputação	Percepção pública de discrepância entre a comunicação e o desempenho em relação às metas e a estratégia climática da Empresa (greenwashing).	Perda de receita devido a danos reputacionais na medida que clientes mudam para concorrentes. Além de aumento de custos devido a litígios climáticos.	Garantir o devido acompanhamento e divulgação das metas e estratégias climáticas.	Curto • até 5 anos

Riscos físicos				
Risco	Descrição	Potencial impacto	Estratégia de negócio	Prazo
Agudo	Interrupções na infraestrutura e/ou rede de transmissão devido a eventos climáticos extremos.	Aumento dos custos com reparos e manutenção, aumento dos prêmios de seguro, bem como diminuição da receita com interrupções prolongadas de serviço.	Garantir que os ativos expostos a eventos climáticos extremos sejam regularmente monitorados. Manter plano com resposta a desastres onde os riscos e procedimentos de mitigação são considerados para ajudar a garantir a estabilidade operacional e a segurança em caso de um evento climático extremo. Construir diversidade geográfica na cadeia de suprimentos para produtos críticos, além de manter níveis apropriados de inventário para gerenciar qualquer interrupção.	Curto • até 5 anos
Crônico	Mudanças no clima e nos padrões meteorológicos podem causar escassez de água ou elevação do nível do mar o que pode gerar interrupções ou forçar ajustes nas operações a longo prazo.	A elevação do nível do mar pode afetar instalações localizadas em áreas costeiras. Secas prolongadas podem gerar a necessidade de maior consumo de água de concessionárias e racionamento de água.	Necessidade de medidas de adaptação, como construção de infraestrutura resiliente ou relocação de operações.	Longo • acima de 10 anos
	O aumento das temperaturas pode levar a uma maior demanda por resfriamento em centros de dados e estúdios de produção.	O aumento da demanda por climatização pode aumentar os custos de energia.	Necessidade de medidas de adaptação, como construção de infraestrutura resiliente ou relocação de operações.	Longo • acima de 10 anos

GRI 403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho

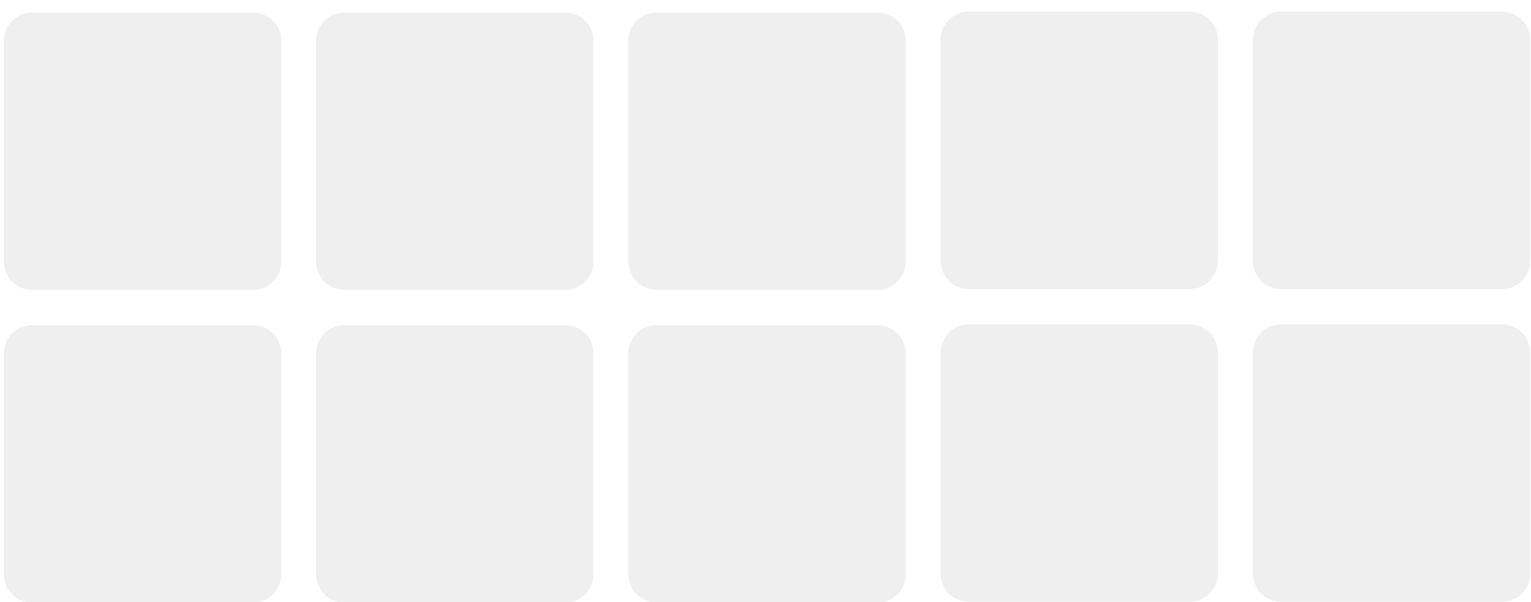
Promovemos treinamentos para capacitar colaboradores sobre a realização segura de suas atividades na empresa. Alguns treinamentos são mandatórios, oriundos de normas, e outros pelas necessidades levantadas em análises de riscos específicas.

O colaborador é mapeado de acordo com a matriz de treinamento, que é definida pelo risco a que ele está exposto. Os conteúdos programáticos, cargas horárias e periodicidade dos treinamentos são estabelecidos pelas normas regulamentadoras de acordo com o tipo de atividade.

Todos os instrutores são habilitados e qualificados para ministrar os cursos. A área de segurança faz a contratação com avaliação de currículo dos profissionais, além de análise de *feedback* dos participantes, e aplicam avaliação de eficácia. Os treinamentos usam uma linguagem clara e de fácil entendimento, são ofertados de forma gratuita e realizados durante o horário de trabalho.

Entre os treinamentos mandatórios e não mandatórios estão: EPI (Equipamento de Proteção Individual), Trabalho em

Altura, Espaço Confinado, FDS (Ficha com Dados de Segurança), Máquinas e Equipamentos, Plataforma Elevatória, Manuseio de Produtos Químicos e Inflamáveis, Empilhadeira/Transpaleteira, Serviços com Eletricidade SEP, Serviços com Eletricidade Básico e Reciclagem, CIPA Comissão Interna de Prevenção de Acidentes e de Assédio, Caminhão Munck, Básico em Segurança do Trabalho, Acesso por Cordas Irata, Percepção de Risco e Responsabilidade Técnica.



GRI 403-9 Acidentes de trabalho

	2022				2023				2024 ¹			
	Empregados		Trabalhadores que não são empregados		Empregados		Trabalhadores que não são empregados		Empregados		Trabalhadores que não são empregados ²	
Número de horas trabalhadas	-		-		-		-		37.729.700		-	
	Número	Índice	Número	Índice	Número	Índice	Número	Índice	Número	Índice	Número	Índice
O número e índice de óbitos resultantes de acidente de trabalho	0	0	-	-	1	-	0	0	0	0	0	0
O número e índice de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos) ³	0	0	-	-	-	-	-	-	1	0	-	-
O número e índice de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória ⁴	85	-	-	-	127	-	205	-	145	2,57	176	-

¹ Em 2024 os dados passaram a ser reportados conforme premissas da norma GRI.

² Estamos trabalhando na melhoria dos nossos controles para trabalhadores que não são empregados, de forma a viabilizar o reporte das informações em maior completude nos próximos ciclos.

³ O valor apresentado em 2024 para acidentes de trabalho com consequência grave reflete 01 acidente de trajeto e zero acidentes típicos.

⁴ O valor apresentado em 2024 para acidentes de trabalho de comunicação obrigatória reflete 48 acidentes de trajeto e 97 acidentes típicos.

⁵ Os índices foram calculados com base em acidentes típicos e considerando o fator de 1.000.000 de HH.

⁶ Os principais tipos de acidentes de trabalho em 2024 foram: queda do mesmo nível e impacto por material projetado.

GRI 405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados

SASB SV-ME-260a.1 O percentual em gênero e grupo racial/étnico representado na (1) administração, (2) profissionais e (3) demais funcionários

Percentual de membros de órgão de governança por gênero					
Feminino (%)			Masculino (%)		
2022	2023	2024	2022	2023	2024
23,3%	23,4%	24,1%	76,7%	76,6%	75,9%

Percentual de membros de órgão de governança, por faixa etária								
Abaixo de 30 anos (%)			De 30 a 50 anos (%)			Acima de 50 anos (%)		
2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
0,0%	0,0%	0,0%	30,0%	33,3%	34,5%	70,0%	66,7%	65,5%

Percentual de empregados por gênero e categoria funcional						
Categoria Funcional	Feminino (%)			Masculino (%)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Administração	40,4%	40,9%	41,8%	59,6%	59,1%	58,2%
Profissionais	38,8%	39,6%	41,6%	61,2%	60,4%	58,4%
Demais funcionários	57,5%	62,5%	68,6%	42,5%	37,5%	31,4%

GRI 405-1 SASB SV-ME-260a.1 Percentual de empregados por categoria funcional, por cor/raça															
Categoria Funcional	Amarela (%)			Branca (%)			Indígena (%)			Parda (%)			Preta (%)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Administração	1,6%	1,5%	1,4%	81,7%	79,9%	79,6%	0,0%	0,2%	0,2%	13,9%	14,1%	14,1%	2,8%	4,3%	4,7%
Profissionais	1,5%	2,1%	2,0%	63,0%	58,0%	57,3%	0,2%	0,5%	0,4%	24,9%	25,5%	25,7%	10,4%	13,9%	14,6%
Demais funcionários	0,7%	0,7%	1,0%	43,9%	39,8%	34,5%	0,2%	0,2%	0,2%	26,6%	30,8%	34,2%	28,6%	28,4%	30,0%

GRI 405-1 Percentual de empregados por faixa etária e categoria funcional									
Categoria Funcional	Abaixo de 30 anos (%)			De 30 a 50 anos (%)			Acima de 50 anos (%)		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Administração	2,9%	2,4%	2,0%	80,3%	82,8%	82,3%	16,8%	14,9%	15,7%
Profissionais	21,7%	21,8%	21,8%	64,3%	64,4%	64,2%	14,1%	13,7%	14,0%
Demais funcionários	94,9%	95,4%	95,2%	5,1%	4,6%	4,6%	0,0	0,0	0,1%

SASB SV-ME-000.A (1) Total de espectadores e o número de (2) famílias alcançadas pela TV aberta, (3) assinantes de TV a cabo e (4) circulação de revistas e jornais

Parâmetro¹	2022	2023	2024
Número de assinantes de TV a cabo	14,1 milhões	11,7 milhões	9,3 milhões
Número de espectadores alcançados pela TV aberta	201,9 milhões	197,1 milhões	182,8 milhões
Número de famílias alcançadas pela TV aberta	69,2 milhões	69,2 milhões	69,1 milhões
Número de circulação de revistas e jornais²	–	–	–

1 Os valores de 2022 e 2023 foram alterados visando estabelecer métricas iguais, proporcionando melhor comparabilidade entre os anos. Os valores correspondem ao último mês de cada ano. [GRI 2-4](#)

2 Não fazemos o controle do número de circulação de revistas e jornais para a Globo.

Priorização dos nossos temas materiais GRI 3-2

Primeira materialidade	Temas materiais agregados	Temas materiais priorizados em 2024
Jornalismo confiável e plural	Jornalismo confiável e plural	Jornalismo confiável e plural
Dar visibilidade às causas	Dar visibilidade às causas	Dar visibilidade às causas
Publicidade responsável	Publicidade responsável	Publicidade responsável
Proteção de audiências vulneráveis	Proteção de audiências vulneráveis	
Diversidade na equipe	Diversidade na equipe e representatividade nas telas	Diversidade na equipe e representatividade nas telas
Representatividade nas telas		
Assédio e discriminação	Assédio e discriminação	Combate ao assédio e à discriminação
Direitos trabalhistas	Respeito aos direitos humanos	Respeito aos direitos humanos
Direitos humanos		
Saúde e bem-estar dos colaboradores	Saúde e bem-estar dos colaboradores	Saúde e bem-estar dos colaboradores
Desenvolvimento dos colaboradores	Desenvolvimento dos colaboradores ¹	
Conscientização social e ambiental	Conscientização social e ambiental	Conscientização social e ambiental
Gases de efeito estufa	Mudanças climáticas	Mudanças climáticas
Gestão da energia		
Gestão de água	Gestão sustentável de recursos ¹	
Gestão de resíduos		
Impacto socioambiental de fornecedores	Impacto socioambiental de fornecedores ¹	
Proteção da biodiversidade	Proteção da biodiversidade	
Combate à corrupção	Integridade e ética	Integridade e ética
Ouvidoria		
Valores & normas claros		
Gerenciamento de riscos	Boas práticas de governança	Boas práticas de governança
Transparência e equidade na remuneração		
Conselho independente e diverso		
Proteção da propriedade intelectual	Proteção da propriedade intelectual	Proteção da propriedade intelectual
Segurança da informação	Segurança da informação	Segurança da informação
Incentivo à cultura de doação	Responsabilidade social corporativa	Responsabilidade social corporativa
Incentivo ao voluntariado		
Filantropia corporativa		
Diálogo com <i>stakeholders</i>	Diálogo com <i>stakeholders</i>	Diálogo com <i>stakeholders</i>

¹ Embora os temas Gestão sustentável de recursos, Impacto socioambiental de fornecedores e Desenvolvimento dos colaboradores não tenham sido priorizados como materiais em 2024, permanecerão sendo tratados em nosso relatório, considerando sua importância para a gestão interna e para o cumprimento de compromissos públicos.

Sumário de conteúdo GRI

Declaração de uso			Norma GRI usada			Norma(s) GRI Setorial aplicada(s)	
A Globo reportou em conformidade com as Normas GRI para o período entre 1º de janeiro e 31 de dezembro de 2024.			GRI 1 • Fundamentos 2021			Não se aplica ao setor da Globo	
Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			ODS	Princípios do Pacto Global
			Requisito omitido	Razão	Explicação		
GRI 2 • Conteúdos gerais 2021							
GRI 2 A organização e suas práticas de relatórios	2-1 Detalhes da organização	Globo Comunicação e Participações S.A. Sociedade anônima privada de capital fechado, situada à rua Lopes Quintas, 303 – Jardim Botânico – 22460-901 – Rio de Janeiro – RJ. Principal operação no Brasil, mas fornece serviço do Globoplay nos EUA, Canadá e em alguns países da Europa e tem escritórios/jornalistas em outros países.	-	-	-	-	-
	2-2 Entidades incluídas no relato de sustentabilidade da organização	Páginas 3 e 7 .	-	-	-	-	-
	2-3 Período de relato, frequência e ponto de contato	Página 3 .	-	-	-	-	-
	2-4 Reformulações de informações	Páginas 83 e 86 . Foi identificado um erro de somatória no GRI 306-3 para o ano de 2023. O valor reportado no Relatório de 2023 para resíduos não perigosos foi 12.163,15 toneladas, enquanto a soma corrigida é de 12.168,22 toneladas. Em decorrência disso, o valor total do indicador GRI 306-3 de 2023 foi ajustado, passando de 12.255,66 toneladas para 12.260,73 toneladas.	-	-	-	-	-
	2-5 Verificação externa	Páginas 3 e 100 . A Globo não possui uma política formal para verificação externa e desde 2023 seus relatos ESG são assegurados de forma limitada pelo Bureau Veritas. A alta governança não participa do processo, a responsabilidade pela assecuração cabe às equipes internas. Os relatórios de verificação estão disponíveis no próprio Relatório ESG, e os indicadores são definidos pela empresa verificadora antes das entrevistas. A relação entre a Globo e a verificadora é exclusivamente para assecuração do relatório.	-	-	-	-	-
GRI 2 Atividades e trabalhadores	2-6 Atividades, cadeia de valor e outras relações de negócio	Páginas 7 e 46 .				3, 16	
	2-7 Empregados	Página 80 .				8, 10	
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	Página 80 .				8, 10	

Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			ODS	Princípios do Pacto Global
			Requisito omitido	Razão	Explicação		
GRI 2 Governança	2-9 Estrutura de governança e sua composição	Página 63 .				5, 16	
	2-10 Nomeação e seleção para o mais alto órgão de governança	Página 63 .				5, 16	
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	O presidente do Conselho de Administração da Globo não é um alto executivo da organização, atuando de forma independente.				5, 16	
	2-12 Papel do mais alto órgão de governança na supervisão da gestão de impactos	Páginas 63 e 80 .				16	
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Páginas 63 e 80 .				16	
	2-14 Papel do mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	Páginas 63 e 80 .				16	
	2-15 Conflitos de interesse	Página 80 .				16	
	2-16 Comunicação de preocupações cruciais	Páginas 63 e 64 .				16	
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Página 63 .					
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Página 63 .					
	2-19 Políticas de remuneração		Totalidade	Restrições de confidencialidade	Sensibilidade e do caráter estratégico da informação		
	2-20 Processo para determinação da remuneração		Totalidade	Restrições de confidencialidade	Sensibilidade e do caráter estratégico da informação		
	2-21 Proporção da remuneração total anual		Totalidade	Restrições de confidencialidade	Sensibilidade e do caráter estratégico da informação		

Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			ODS	Princípios do Pacto Global
			Requisito omitido	Razão	Explicação		
GRI 2 Estratégia, políticas e práticas	2-22 Declaração sobre estratégia de desenvolvimento sustentável	Página 4 .				16	
	2-23 Compromissos de política	Páginas 9 , 51 e 63 .				16	
	2-24 Incorporação de compromissos de política	Página 9 .					
	2-25 Processos para reparar impactos negativos	Páginas 9 e 64 .					
	2-26 Mecanismos para aconselhamento e apresentação de preocupações	Página 63 .				16	
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	Não possuímos casos relevantes de não conformidade. Entende-se como casos significativos de não conformidade as multas e as condenações judiciais transitadas em julgado em 2024 com valor igual ou superior a R\$ 50 MM.					
	2-28 Participação em associações	Página 9 .				16	
GRI 2 Engajamento de stakeholders	2-29 Abordagem para o engajamento de stakeholders	Páginas 11 e 46 .					
	2-30 Acordos de negociação coletiva	Página 46 .				8	
GRI 3 • Tópicos materiais 2021							
	3-1 Processo de definição de temas materiais	Página 11 .					
	3-2 Lista dos temas materiais	Páginas 11 e 87 .					
Temas materiais							
Combate ao assédio e à discriminação							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Página 37 .					

Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			ODS	Princípios do Pacto Global
			Requisito omitido	Razão	Explicação		
GRI 406 Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Os relatos de discriminação feitos no Canal de Ouvidoria foram apurados e avaliados pela Comissão de Ética. Em razão do sigilo garantido a todos os colaboradores em nosso Código de Ética, não expomos as apurações de relatos recebidos por nossa ouvidoria.				5, 8	6
Integridade e ética							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Página 63 .					
GRI 205 Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	O número total de operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção foi de 412, o que corresponde a 92,5% do total de avaliações que se enquadram na Norma de Avaliação de Riscos na Contratação de Terceiros (<i>Due Diligence</i> de Fornecedores). Não foram identificados riscos significativos relacionados à corrupção nas avaliações de risco realizadas.				16	10
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	Páginas 37 e 64 .				16	10
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	Em 2024, não foram identificados casos de corrupção.				16	10
Jornalismo confiável e plural							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Página 17 .					
Diversidade na equipe e nas telas							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas 33 , 36 , e 37 .					

Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			ODS	Princípios do Pacto Global
			Requisito omitido	Razão	Explicação		
GRI 405 Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados.	Página 86.					
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens		Totalidade	Restrições de confidencialidade	As informações salariais são sensíveis. A forma como o indicador é calculado não leva em consideração variáveis importantes, como tempo de empresa, níveis hierárquicos, tempo de cargo e performance etc.		6
Saúde e bem-estar dos colaboradores							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas 45 e 47.					
GRI 403 Saúde e segurança do trabalho 2018	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Página 47.				8	
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	Páginas 48, 63 e 64.				3, 8	
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	Página 48.				3, 8	
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	A participação ocorre por meio da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (Cipa) e do Comitê Executivo de Segurança, composto por líderes de cada área operacional, cuja função é estruturar, definir e integrar as áreas com políticas, regras e procedimentos acordados que facilitam a tomada de decisão e a consulta aos assuntos de saúde e segurança do trabalho. As reuniões do time estratégico acontecem três vezes durante a semana e a da alta liderança, duas vezes no mês.				8, 16	
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	Páginas 47 e 85.				8	
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	Páginas 47 e 48.				3	

Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			ODS	Princípios do Pacto Global
			Requisito omitido	Razão	Explicação		
GRI 403 Saúde e segurança do trabalho 2018	403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	Página 48 .				8	
	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	Os processos e procedimentos de Saúde e Segurança do Trabalho da Globo se aplicam a todos os empregados e à Mão de obra temporária. (MOT). Para os 835 trabalhadores terceirizados que atuam dentro da empresa, utilizamos a plataforma Wehandle para o gerenciamento de documentação das empresas responsáveis. Esse sistema é monitorado mensalmente, faz a gestão de indicadores e garante o cumprimento das legislações aplicáveis.				8	
	403-9 Acidentes de trabalho	Página 85 .				3, 8, 16	
	403-10 Doenças profissionais	Não há registro de doenças profissionais no período coberto pelo relatório. No controle de indicador de doenças profissionais são considerados todos os funcionários Globo.				3, 8, 16	
Segurança da informação							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas 66 e 67 .					
GRI 418 Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	Não houve queixas comprovadas relativas a violação da privacidade do cliente.				16	
Diálogo com stakeholders							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas 10 , 28 , 30 , 46 , 56 , 63 , 64 e 73 .					
GRI 2 Engajamento de stakeholders	2-29 Abordagem para o engajamento de stakeholders	Páginas 11 e 46 .					

Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			ODS	Princípios do Pacto Global
			Requisito omitido	Razão	Explicação		
Respeito aos direitos humanos							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Página 46 .					
GRI 408 Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	Página 65 .				8, 16	5
GRI 409 Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	Páginas 46 e 65 .				8, 16	4
Proteção da propriedade intelectual							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Página 70 .					
Dar visibilidade às causas							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas 16 , 20 , 30 e 73 .					
Publicidade responsável							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Página 28 .					
GRI 417 Marketing e rotulagem 2016	417-3 Casos de não conformidade em relação à comunicação de marketing	Não há casos registrados de não conformidade durante o período do relatório. A Globo tem um time dedicado ao controle de qualidade e verificação de conformidade com leis e regulamentos. Cada material recebido é analisado criteriosamente e as divergências identificadas são direcionadas para tratativas dos responsáveis antes da aprovação final.				16	8

Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			ODS	Princípios do Pacto Global
			Requisito omitido	Razão	Explicação		
Conscientização social e ambiental							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas 51 , 53 , 58 e 59 .					
Mudanças climáticas							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas 55 e 56 .					
GRI 201 Desempenho econômico 2016	201-2 Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades decorrentes de mudanças climáticas	Páginas 56 , 59 , 60 , 65 e 84 .				13	7
GRI 302 Energia 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	Página 82 .				7, 8, 12, 13	7, 8
	302-2 Consumo de energia fora da organização	Página 82 .				7, 8, 12, 13	8
	302-3 Intensidade energética		Totalidade.	Não aplicável	Não calculamos esse indicador pois ainda não encontramos a métrica adequada para nossa atividade.		8
	302-4 Redução do consumo de energia	A redução do consumo de energia no ano de 2024 em relação a 2023 deu-se pelos seguintes motivos: redução de 22% no consumo de GLP no escopo de efeitos especiais da Globo; redução no consumo de combustíveis de fonte não renovável – uso de etanol como combustível principal e redução de demanda; redução do consumo de 8% de energia elétrica – substituição das lâmpadas convencionais por lâmpadas LED (projeto de eficiência energética); redução do consumo de combustível no transporte de resíduos – alternativas de destinação / tratamento de resíduos mais próximas da fonte geradora; e, redução do consumo de diesel por geradores – substituição de equipamentos, quando possível, por modelos portáteis.				7, 8, 12, 13	8, 9

Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			ODS	Princípios do Pacto Global
			Requisito omitido	Razão	Explicação		
GRI 302 Energia 2016	302-5 Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços		Totalidade.	Não aplicável.	Após análise, identificamos que este indicador não se aplica à realidade da organização, uma vez que não desenvolvemos produtos ou serviços com requisitos energéticos passíveis de mensuração direta e autônoma. Além disso, os serviços digitais operam em datacenters externos (como os da Google), cuja eficiência energética e fontes de energia não estão sob controle direto da Globo, inviabilizando o monitoramento necessário para reporte conforme exigido pelo indicador.	7, 8, 12, 13	8, 9
GRI 305 Emissões 2016	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	Página 82 .				3, 12, 13, 14, 15	7, 8
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	Página 82 .				3, 12, 13, 14, 15	7, 8
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	Página 82 .				3, 12, 13, 14, 15	7, 8
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE).		Totalidade.	Não aplicável.	Não calculamos esse indicador pois ainda não encontramos a métrica adequada para nossa atividade.		
	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	Página 82 .				3, 12, 13, 14, 15	8, 9
Boas práticas de governança							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas 63 , 64 e 65 .					

Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			ODS	Princípios do Pacto Global
			Requisito omitido	Razão	Explicação		
GRI 2 Governança	2-10 Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	Página 63 .				5, 16	
	2-12 Papel do mais alto órgão de governança na supervisão do gestão de impactos	Páginas 63 e 80 .				16	
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	Páginas 63 e 80 .				16	
	2-15 Conflitos de interesse	Página 80 .				16	
	2-16 Comunicação de preocupações cruciais	Páginas 63 e 64 .				16	
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	Página 63 .					
	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	Página 63 .					
	2-19 Políticas de remuneração		Totalidade	Restrições de confidencialidade	Sensibilidade e do caráter estratégico da informação		
	2-20 Processo para determinar remuneração		Totalidade	Restrições de confidencialidade	Sensibilidade e do caráter estratégico da informação		
	2-21 Proporção da remuneração total anual		Totalidade	Restrições de confidencialidade	Sensibilidade e do caráter estratégico da informação		
Responsabilidade social corporativa							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas 73 e 78 .					
GRI 203 Impactos econômicos indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	Páginas 28 , 29 , 30 , 39 , 73 e 78 .				5, 9, 11	
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	Páginas 22 , 28 , 29 , 30 , 39 , 73 e 78 .				1, 8, 10	

Norma	Conteúdo	Localização Resposta	Omissão			ODS	Princípios do Pacto Global
			Requisito omitido	Razão	Explicação		
Temas não materiais, mas relevantes para a Companhia							
Desenvolvimento dos colaboradores							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas 42 , 43 e 44 .					
Gestão sustentável de recursos							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas 56 , 58 e 59 .					
GRI 303 Água e efluentes 2018	303-3 Captação de água	Página 81 .				6	7, 8
	303-4 Descarte de água	Página 81 .				6	8
	303-5 Consumo de água	Página 81 .				6	
GRI 306 Resíduos 2020	306-3 Resíduos gerados	Página 83 .				3, 6, 11, 12, 15	
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	Página 83 .				3, 11, 12	
	306-5 Resíduos destinados para disposição final	Página 83 .				3, 6, 11, 12, 15	
Impacto socioambiental de fornecedores							
GRI 3-3 Gestão de tópicos materiais	3-3 Gestão dos temas materiais	Páginas 55 e 60 .					

Sumário de conteúdo SASB • Mídia e entretenimento

TABELA 1 • Tópicos de divulgação de sustentabilidade e métricas contábeis				
Tema Material	Tema SASB	Código	Métrica contábil	Localização Resposta
Diversidade na equipe e nas telas	Pluralismo de mídia	SASB SV-ME-260a.1	O percentual em gênero e grupo racial/étnico representado na (1) administração, (2) profissionais e (3) demais funcionários	Página 86.
		SASB SV-ME-260a.2	Descrição das políticas e procedimentos para garantir o pluralismo do conteúdo de mídia de notícias	Página 17.
Jornalismo plural e confiável	Integridade jornalística & Identificação de patrocínio	SASB SV-ME-270a.3	Descrição da abordagem para garantir a integridade jornalística da programação de notícias relacionadas a: (1) veracidade, precisão, objetividade, justiça e responsabilidade, (2) independência de conteúdo e/ou transparência de potencial viés e (3) proteção da privacidade e limitação de danos	Página 19.
Proteção da propriedade intelectual	Proteção de propriedade intelectual & Combate à pirataria	SASB SV-ME-520a.1	Descrição da abordagem que visa garantir a proteção da propriedade intelectual	Página 70.
Mudanças climáticas Gestão sustentável de recursos	Pegada ambiental de infraestrutura de hardware	SASB TC-IM-130a.1	(1) Total de energia consumida (2) Percentual de eletricidade do grid (3) Percentual de energia renovável	Página 82.
		SASB TC-IM-130a.2	(1) Total de água consumida (2) Percentual de consumo por fonte, identificando áreas de estresse hídrico	Página 81.
Dar visibilidade às causas		SASB SV-ME-000.A	(1) Total de espectadores e o número de (2) famílias alcançadas pela TV aberta, (3) assinantes de TV a cabo e (4) circulação de revistas e jornais	Página 86.

Declaração de asseguração independente

GRI 2-5

Introdução

O Bureau Veritas Certification Brasil (Bureau Veritas) foi contratado pela Globo Comunicação e Participações S/A. (Globo), para conduzir uma asseguração independente do Relatório ESG da Globo (doravante denominado Relatório).

As informações publicadas no relatório são de inteira responsabilidade da administração da GLOBO. Nossa responsabilidade encontra-se definida conforme escopo abaixo

Escopo do trabalho

O escopo desta verificação abrangeu os padrões e Princípios¹ da Global Reporting Initiative™ para Relatórios de Sustentabilidade e se refere à prestação de contas do período de 01 de janeiro de 2024 a 31 de dezembro de 2024.

Responsabilidades da Globo e do Bureau Veritas

A elaboração, apresentação e conteúdo do Relatório são de inteira responsabilidade da administração da Globo. O Bureau Veritas é responsável por fornecer uma opinião independente às Partes Interessadas, de acordo com o escopo de trabalho definido nesta declaração.

Metodologia

A asseguração contemplou as seguintes atividades:

1. Entrevistas com responsáveis pelos temas materiais e pelo conteúdo do Relatório;
2. Verificação remota acerca dos processos corporativos e operacionais (verificação de indicadores materiais GRI, SASB e amostragem de informações);
3. Análise de evidências documentais fornecidas pela Globo para o período coberto pelo Relatório (2024);
4. Análise das atividades de engajamento com partes interessadas (stakeholders) desenvolvidas pela Globo;

5. Avaliação da sistemática utilizada para determinação dos aspectos materiais incluídos no Relatório, considerando o contexto da sustentabilidade e abrangência das informações publicadas.

O nível de verificação adotado foi o Limitado, de acordo com os requisitos da norma ISAE 30002, incorporados aos protocolos internos de verificação do Bureau Veritas.

1. Exatidão, Equilíbrio, Clareza, Comparabilidade, Completude, Contexto da Sustentabilidade, Tempestividade e Verificabilidade.
2. International Standard on Assurance Engagements 3000 – Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information.

Limitações e exclusões

Foi excluída desta verificação qualquer avaliação de informações relacionadas à(ao):

- » Atividades fora do período reportado;
- » Declarações de posicionamento (expressões de opinião, crença, objetivos ou futuras intenções) por parte da Globo;
- » Exatidão de dados econômico-

financeiros contidos neste Relatório, extraídas de demonstrações financeiras, verificadas por auditores independentes;

- » Inventário de emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), incluindo dados de energia (verificado em processo a parte por outra equipe do Bureau Veritas);
- » Dados e informações de empresas coligadas ou colaboradores terceirizados, sobre as quais não há controle operacional por parte da Globo.

As seguintes limitações foram aplicadas a esta verificação:

- » Os princípios de Exatidão e Confiabilidade de dados foram verificados de forma amostral, exclusivamente à luz das informações e dados relacionados aos temas materiais apresentados no Relatório;
- » As informações econômicas apresentadas no Relatório foram verificadas especificamente frente aos princípios de Equilíbrio e Completude da GRI.

Parecer sobre o relatório e o processo de asseguração

- » Em 2024, com o objetivo de tornar a materialidade mais estratégica e alinhada às boas práticas de mercado, foi realizada uma revisão dos 30 temas materiais relatados nos anos anteriores, visando à sua repriorização e reorganização. Como resultado, foram definidos 15 temas materiais para 2024. Para isso, a metodologia aplicada envolveu três etapas principais: uma revisão metodológica, seguida pela agregação de temas com escopos semelhantes; o mapeamento de tendências para o setor de mídia; e, por fim, a repriorização com base nos dados obtidos no processo original de 2021 e na revisão de 2024;
- » A última materialidade foi realizada em 2021. Recomenda-se atualizar o estudo para o reporte do próximo ciclo;
- » Recomenda-se a reavaliação do reporte dos indicadores 2-19, 2-20, 2-21, 405-2 e 406-1. Embora tenham sido classificados como omitidos devido à confidencialidade, esses indicadores possuem relevância significativa para assegurar maior transparência no relato;
- » As informações sobre empregados e trabalhadores que não são empregados (indicadores 2-7 e 2-8) estão descritas no Relatório em formato percentual, por

questões estratégicas da empresa. De acordo com o GRI estas informações devem ser descritas em número absoluto. Desta forma, recomenda-se no próximo ciclo, avaliar esta questão para o reporte de forma aderente as diretrizes GRI;

- » Em nosso entendimento o Relatório de Sustentabilidade da Globo apresenta os impactos das atividades da empresa de forma equilibrada;
- » A Globo demonstrou um método de coleta e compilação de dados adequado em relação ao Princípio de confiabilidade da GRI;
- » As inconsistências encontradas no Relatório foram ajustadas durante o processo e foram corrigidas satisfatoriamente.

Conclusão

Como resultado de nosso processo de verificação, nada chegou ao nosso conhecimento que pudesse indicar que:

- » As informações prestadas no Relatório não sejam equilibradas, consistentes e confiáveis;
- » A Globo não tenha estabelecido sistemas apropriados para coleta, compilação e análise de dados quantitativos e qualitativos,

utilizados no Relatório;

- » O Relatório não seja aderente aos Princípios para definição de conteúdo e qualidade do Padrão GRI para relatórios de sustentabilidade.

Declaração de Independência e Imparcialidade

O Bureau Veritas Certification é uma empresa independente de serviços profissionais especializado na gestão de Qualidade, Saúde, Segurança, Social e de Meio Ambiente com mais de 195 anos de experiência em serviços de avaliação independente.

O Bureau Veritas implantou e aplica um Código de Ética em todo o seu negócio para garantir que seus colaboradores mantenham os mais altos padrões em suas atividades cotidianas. Somos particularmente atentos a prevenção no que concerne ao conflito de interesses. A equipe de verificação não possui qualquer outro vínculo com a GLOBO, que não seja a verificação independente do Relatório de sustentabilidade. Entendemos que não há qualquer conflito entre outros serviços realizados pelo Bureau Veritas e esta verificação realizada por nossa equipe. A equipe que conduziu esta verificação para

a Globo possui amplo conhecimento em verificação de informações e sistemas que envolvem temas ambientais, sociais, de saúde, segurança e ética, o que aliado à experiência nessas áreas, nos permite um claro entendimento sobre a apresentação e verificação de boas práticas de responsabilidade corporativa.

Contato

www.bureauveritas.com.br/pt-br/fale-com-gente

São Paulo, abril de 2025.



Nádia Lúcia Zuca Simões
Auditora-líder Assurance Sustainability Reports (ASR)
Bureau Veritas Certification – Brasil



Camila Pavão Chabar
Gerente Executiva de Sustentabilidade
Bureau Veritas Certification – Brasil

Créditos

Diretor-executivo responsável
Manuel Belmar

Lideranças do Grupo
de Trabalho

Impacto social do conteúdo
Kellen Julio
Mariana Bomfim
Miguel Athayde

Diversidade e inclusão
Kellen Julio
Mariana Bruno

Desenvolvimento e bem-estar
dos colaboradores
Carolina Vaz Moreira
Natasha Geraldo

Biodiversidade e
consciência ambiental
Mauricio Gonzalez

Governança transparente
e responsável
Carolina Bueno Junqueira

Educação como vetor de
transformação do país
Cristovam Ferrara

Comunicação
Andrea Doti

Relatório ESG
Guilherme Bennett
Luisa Wanderley

Governança e estratégia ESG
Likilia Morris
Bárbara Ferrão

Indicadores
Monique Samartini
Amanda Mercedes

Agradecemos aos integrantes
do grupo de trabalho ESG, a
todos os *stakeholders* e aos
colaboradores envolvidos direta ou
indiretamente na elaboração desse
Relatório ESG. Juntos, todos somos
cruciais no desenvolvimento da
nossa estratégia.

Redação, edição,
consultoria e *design*
Juntos | Approach Comunicação

Revisão
Catalisando Conteúdo

Fotos
Acervo Globo, Beatriz Damy, Bob
Paulino, Daniel Klajmic, Estevam
Avellar, Fabiana Assis, Fábio Rocha,
Fabio Tito, Fundação Dom Cabral,
Fernando Octávio, Fundação Gabo,
Gabriela Maria, Guito Moreto, João
Cotta, Jordan Silva, Karla Freire,
Kleice Carmo, Larissa Vasco, Léo
Rosario, Lilo Oliveira, Manoella
Mello, Matheus Leite, Mônaco
Mediatrix, Mundo Berriel, Paulo Barros,
Pedro Pinho, Raphael Dias, Ricardo
Matsukawa, Rout Brasil, Studio See
You, Sunssarai Lunas Barros, Trouva
e Victor Pollak

