

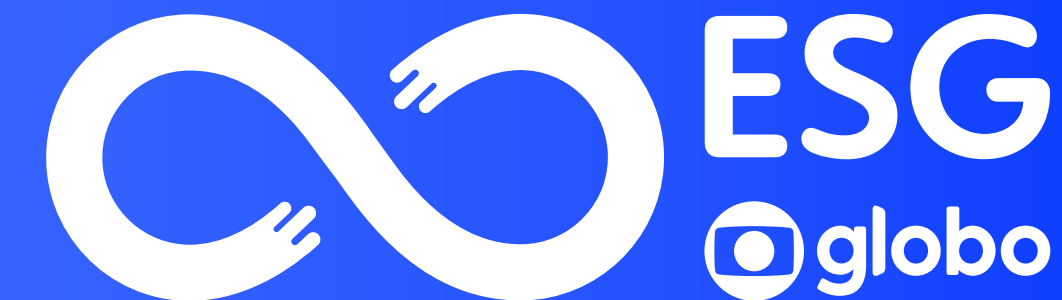


RELATÓRIO 2022

# JORNADA ∞ ESG

Fazer diferença é todo dia

# sumário



Conversa com a liderança

03

Destaques do ano

05

Na Globo

07

Sobre este relatório

79



compromisso  
#1

impacto social  
do conteúdo

15



compromisso  
#2

diversidade  
& inclusão

30



compromisso  
#3

desenvolvimento  
& bem-estar dos  
colaboradores

39



compromisso  
#4

biodiversidade  
& consciência  
ambiental

48



compromisso  
#5

governança  
transparente  
& responsável

58



compromisso  
#6

educação  
como vetor de  
transformação  
do país

67

Ambições e metas 2030

83

Anexos

93

# conversa com a liderança

GRI 2-22

## Perguntas ao Diretor-presidente Paulo Marinho



### • Qual foi o maior desafio em 2022 no avanço dos compromissos da Jornada ESG?

O grande desafio de 2022 e, ao mesmo tempo, uma grande conquista, foi a definição de nossas ambições 2030 e do nosso *road map* de metas para cada um dos seis compromissos, pelos times multifuncionais que lideram a nossa Jornada ESG. Foi inspirador olhar para o futuro, laborar essa visão coletiva de que empresa queremos ser nos próximos anos e que decisões precisamos tomar para chegar lá. Com isso, conseguimos criar um sistema de monitoramento de indicadores que informa as

diferentes instâncias sobre avanços e desafios da jornada para melhor tomada de decisão.

### • Como você acredita que a Globo contribui para transformar a sociedade e mantém sua relevância entre os brasileiros?

Há mais de 50 anos, temos um compromisso inegociável com o Brasil, com os brasileiros e com o desenvolvimento do nosso país. Em 2022, a retomada das produções inéditas reforçou o potencial de impacto social de nosso conteúdo. Além de levantar discussões sobre preservação ambiental e violência doméstica, **Pantanal** foi o primeiro projeto a implementar o Guia de Produções Verdes. Lançamos histórias potentes que fortalecem o nosso compromisso com diversidade e inclusão, como **Todas as Flores** e **Encantados**, originais **Globoplay**. A diversidade também guiou a cobertura de festivais como o **Lolapallosa**, **Rock in Rio** e **Prêmio Multishow** e da **Copa do Mundo**, na qual vimos as mulheres ganharem protagonismo como narradoras e comentaristas. Nas eleições, acompanhamos a dedicação de nossos jornalistas em defesa da democracia através de projetos como a série **Brasil em Constituição**, do **Jornal Nacional**, e do incansável trabalho da **GloboNews**, que ficou ao vivo quase 20 horas por dia.

Avançamos em nosso compromisso com uma governança transparente e responsável, com a

eleição de dois membros independentes para o Conselho de Administração do Grupo Globo, e com a ampliação da Comissão de Ética da Globo. No campo da educação, nos deu orgulho ver nascer o Movimento LED, iniciativa em parceria com a Fundação Roberto Marinho. Temos consciência do nosso potencial de alcance e mobilização. O que fazemos viaja além da Globo. Isso é relevância.

### • O que orienta os próximos passos da empresa na sua Jornada ESG?

Queremos engajar todo o nosso ecossistema. Estamos nos estruturando para isso. Realizamos um evento importante com os nossos parceiros de negócio, reforçando a nossa abertura para cocriar conteúdos de impacto social e ambiental transformadores. Convidamos as nossas afiliadas a olharem para os seus negócios regionalmente e construïrem suas próprias agendas ESG, e compartilhamos nossos aprendizados para impulsionar suas jornadas. Levamos nosso *know how* de governança corporativa para produtoras audiovisuais parceiras e participamos, cada vez mais ativamente, das discussões públicas sobre privacidade de dados e proteção da propriedade intelectual nessa sociedade digital. Entendemos que podemos ir mais longe se formos em parceria e estamos dedicando esforços para mobilizar os nossos *stakeholders* nessa jornada com a gente.



## Perguntas ao Diretor de Finanças, Jurídico e Infraestrutura **Manuel Belmar**

### • Como a Jornada ESG se integra à estratégia da empresa?

A agenda ESG tem se mostrado um guia importante para empresas que querem aliar solidez, perenidade e impacto positivo para a sociedade. Mesmo sendo uma empresa de capital fechado, a Globo reporta seus resultados financeiros de forma transparente e sistematizou seu relatório de Jornada ESG, porque isso vai ao encontro do que praticamos como empresa e na contribuição que podemos dar na construção de um futuro cada vez mais justo e sustentável. Estamos combinando a excelência dos nossos produtos e marcas, nosso talento e o conhecimento do brasileiro com as competências

que estamos criando em tecnologia, eficiência, informação e parcerias. O resultado é uma Globo mais competitiva, mais rentável, mais capacitada para atender aos desejos das pessoas e às necessidades do mercado e da sociedade brasileira.

### • Como tem sido liderar os times responsáveis pela construção dessa agenda e implementação das iniciativas ESG?

O nível de engajamento de todos é surpreendente. Trabalhar nesta agenda conecta cada pessoa ao propósito maior da empresa e ao seu lugar de cidadania também. Ao mesmo tempo, a demanda é grande e, muitas vezes, se sobrepõe ao dia a dia, exigindo uma dedicação extra dos times, principalmente, nas fases pelas quais passamos em 2021 e 2022, de reflexão, entendimento e elaboração coletiva da nossa agenda de prioridades. Precisamos encontrar o equilíbrio que oferece tração à estratégia, respeitando os tempos de maturação das coisas e o bem-estar da equipe.

A governança descentralizada, em seis grupos de trabalho, com monitoramento dos indicadores e dos planos de ação, também é desafiadora, pois requer implementação de processos e ferramentas de controle para garantir transparência e informações pautadas em evidências, sem que isso engesse os

times ou burocratize o processo. Por isso fortalecemos a equipe responsável pela gestão da agenda ESG, contratamos sistemas e definimos relatórios periódicos específicos para diferentes instâncias decisórias da empresa. Este é um caminho em que estamos calibrando aprendizados.

### • No relatório, focamos nos avanços até 2022. O que você espera para os próximos anos na Jornada ESG da Globo?

Nossa agenda ESG é de longo prazo, com metas a serem atingidas até 2030. É com esse olhar de futuro que nossa estratégia se desenvolve, em sintonia com as mudanças na sociedade, com os avanços da tecnologia e com as nossas escolhas. A consolidação dessa agenda vai influenciar a maneira responsável e transparente com que tratamos cada um dos temas. Buscamos um equilíbrio entre resultados positivos, rentabilidade e disciplina na alocação de recursos, trazendo longevidade e solidez ao negócio.

Ainda que esteja claro que nossa maior contribuição, como empresa de mídia, é a produção e distribuição de conteúdo capaz de mobilizar o público sobre causas socialmente relevantes, sabemos que temos um longo caminho a percorrer e estamos empenhados em construir uma agenda ESG com alicerces fortes para todos os nossos públicos de relacionamento, em busca de estabelecer um crescimento sustentável dos nossos negócios e um mundo melhor para todos.

# destaques do ano



Criação da **Diretoria de Diversidade e Inovação em Conteúdo**, responsável por diversificar, **representar e incluir todas as comunidades** nas telas e nos times do Entretenimento dos Estúdios Globo

Entrada de **2 membros independentes** no Conselho de Administração

**90%** dos colaboradores percebem as nossas iniciativas para construir um **ambiente diverso**

**94%** dos colaboradores responderam a Pesquisa de Engajamento e **88%** deles se orgulham de trabalhar na Globo

**+ 10 mil colaboradores** impactados pelas ações dos grupos de afinidade sobre questões **étnico-raciais, de gênero, LGBTQIA+ e pessoas com deficiência**

**Redução de 51%** para, aproximadamente, **40%** do volume de resíduos destinados a aterros

**1ª empresa brasileira** do setor de mídia e comunicação que publica os **Inventários de Carbono** no Registro Público de **Emissões com Selo Ouro** de reconhecimento

No jornalismo:  
**+49.000 minutos** de reportagens sobre meio ambiente  
**+10.000 minutos** de reportagem sobre educação

# destaques do ano

**R\$ 214 milhões** em mídia para campanhas, próprias e de parceiros, que atuam com a **educação e sua defesa**

**34 milhões de visualizações** nas matérias e vídeos da editoria de Educação do g1

**R\$ 10 milhões** de investimento na **substituição de geradores a diesel por nobreaks de alimentação elétrica**, até 2026, para evitar a emissão de 323 tCO<sub>2</sub> por ano

Primeiro ano de realização do **Movimento LED**, com mais de **3.400 projetos inscritos** no prêmio e audiência de **30 milhões de pessoas** do programa especial na **TV Globo**

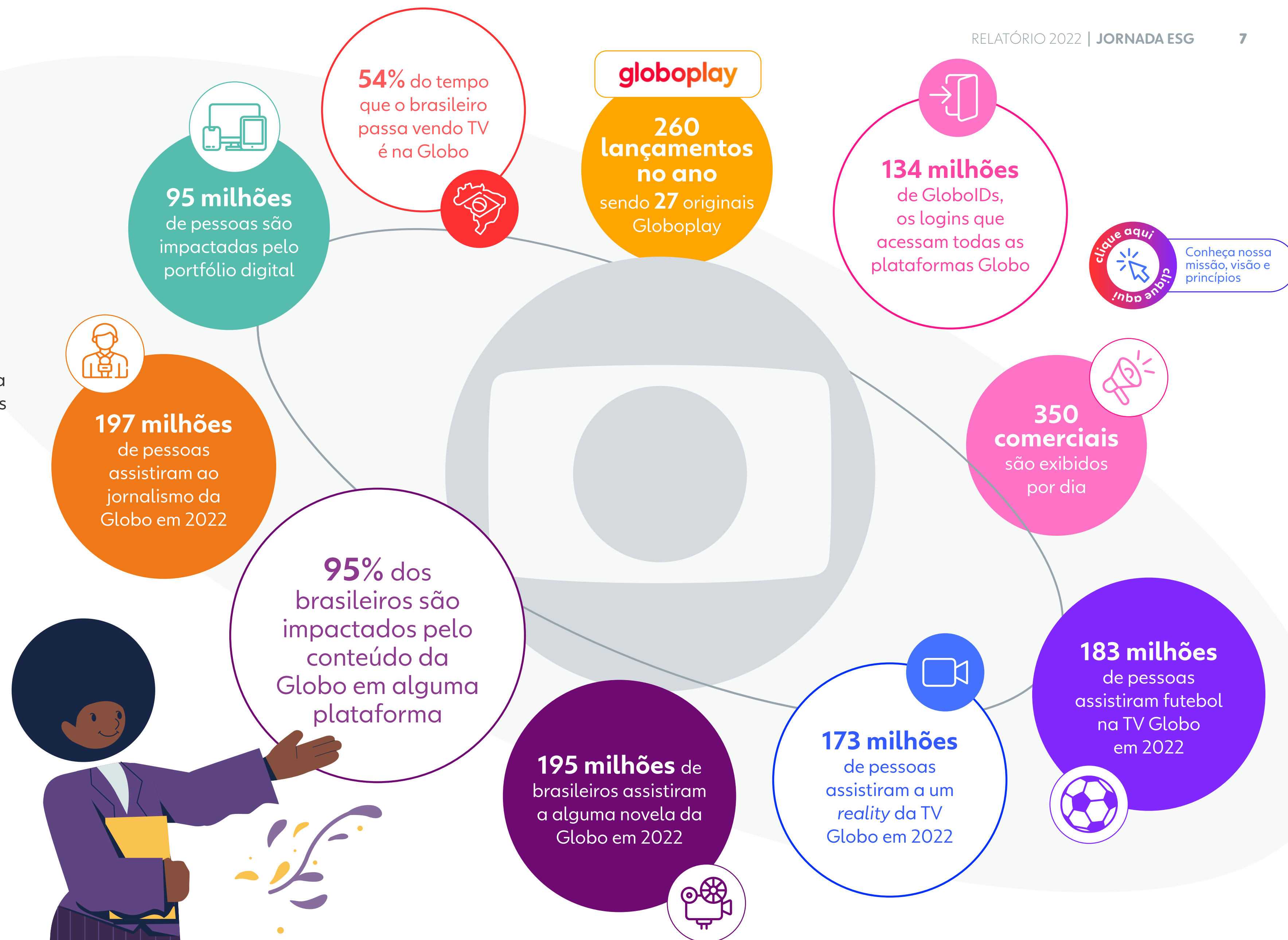
Sedes do **Rio de Janeiro e Pernambuco** já operam com **usinas de geração fotovoltaicas**

# na globo GRI 2-1

Somos a maior produtora de conteúdo audiovisual nacional e a maior empresa de comunicação do Brasil, que faz parte da vida do país e dos brasileiros há mais de 50 anos. Com um extenso portfólio, composto pela **TV Globo** (canal aberto), 20 canais por assinatura, nossas plataformas digitais (**g1**, **ge**, **gshow** e **Cartola**) e o **Globoplay** (streaming), somos uma *mediatech* multiplataforma que alia inteligência de dados a um conteúdo de alta qualidade. A tecnologia é transversal a todo o negócio e o consumidor está no centro das nossas decisões. Assim, falamos com milhões de brasileiros ao mesmo tempo, sem deixar de conhecer um a um.

Em nossa rede de TV aberta, contamos com mais de 100 emissoras afiliadas por todo o país, o que nos torna locais e regionais, simultaneamente. Além disso, nos conectamos com mais de 134 milhões de brasileiros através do Globo ID, o login de acesso aos conteúdos Globo no ambiente digital. Também falamos com 181 milhões de pessoas, a cada mês, e alcançamos 95 milhões de brasileiros pelas plataformas digitais da Globo.

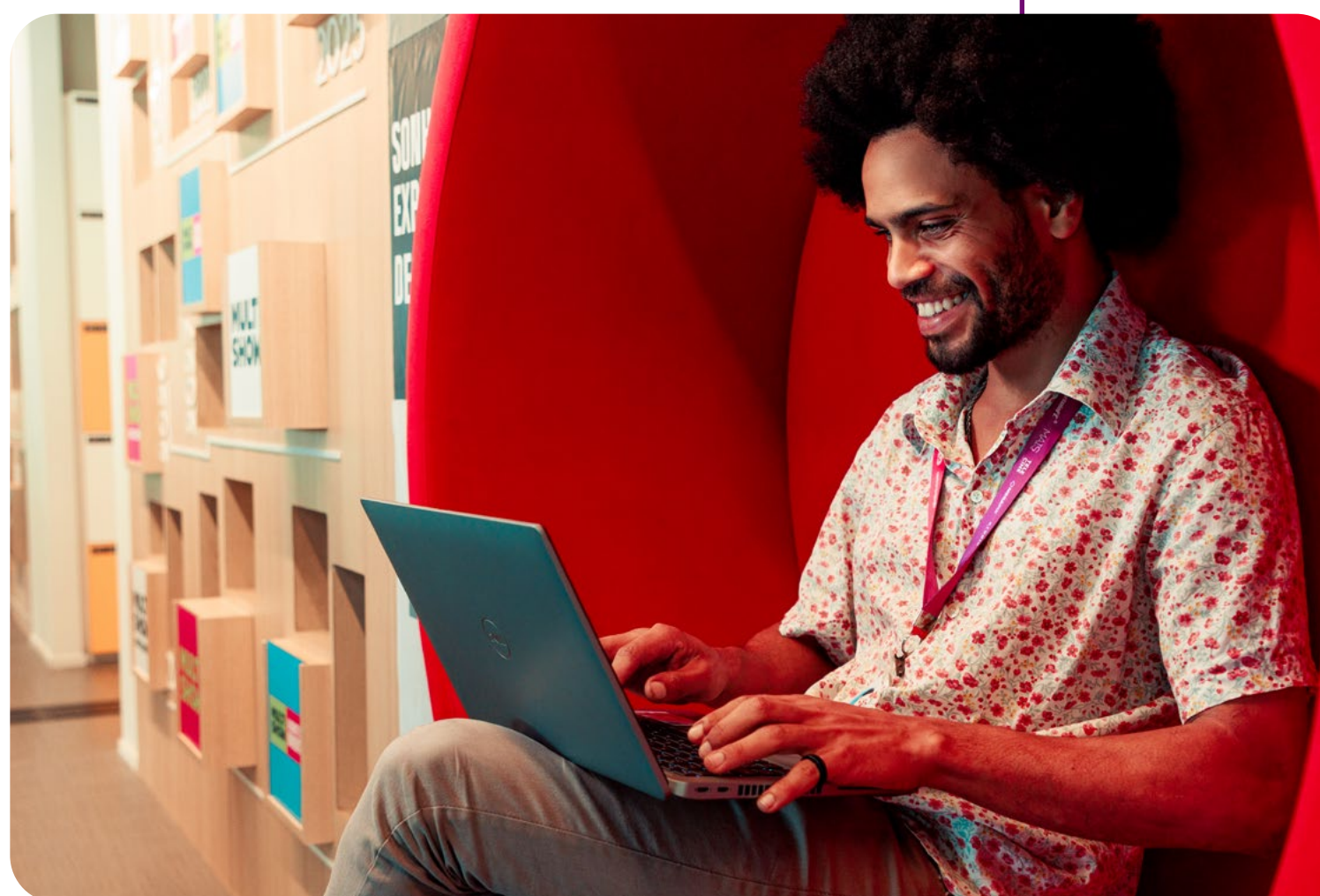
O potencial do nosso alcance e da reverberação das nossas histórias são do tamanho da nossa responsabilidade ao criá-las e produzi-las. Com criatividade e por meio dos nossos múltiplos talentos, temos orgulho de ser uma empresa brasileira que reconhece, valoriza e reflete a diversidade do Brasil e de suas riquezas. Nossa atuação é sempre pautada pela ética, pelo respeito às diferenças e pelo compromisso com o desenvolvimento social e ambiental do país.



clique aqui  
clique aqui  
Conheça nossa missão, visão e princípios

# nosso ecossistema

GRI 2-1 | GRI 2-6



## TV aberta

A **TV Globo** é composta de cinco emissoras próprias de TV no Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, Brasília e Belo Horizonte, além de 115 afiliadas independentes que distribuem o sinal da **TV Globo** para quase 100% dos domicílios do Brasil com televisão. Por meio dela, nós produzimos e distribuimos conteúdo de alta qualidade, de forma gratuita e com programas socialmente responsáveis, que incluem novelas, séries, minisséries, filmes, programas de variedades, de serviço público, jornalismo e esporte. Um levantamento da Globo aponta que metade do tempo que os brasileiros dedicam à TV diariamente é assistindo à **TV Globo**.

## TV por assinatura

Entre produzidos e licenciados, temos mais de 20 canais para TV paga, distribuídos para as operadoras de TV por assinatura. Transmitimos mais de 15 mil horas de conteúdo original brasileiro, resultado de parcerias com mais de 100 produtores independentes. Muitos desses canais ao vivo – como **Multishow**, **Globonews** e **sportv** – também estão disponíveis na plataforma de *streaming* **Globoplay**, através do pacote Globoplay + canais ao vivo. Além disso, temos *joint ventures* (empreendimentos conjuntos) em três canais pagos, com 50% de participação no **Telecine**; 47,5% no **NBCUniversal**; e 50% no **Canal Brasil**<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Os dados do Telecine, da NBCUniversal e do Canal Brasil não estão contemplados neste relatório.

## Plataforma de streaming e vídeo on demand

Nossa plataforma própria de *streaming*, o **Globoplay**, funciona em um modelo *freemium*, oferecendo conteúdo gratuito com publicidade e outros exclusivos para assinantes. O portfólio inclui produções originais e internacionais licenciadas de terceiros, séries, novelas e podcasts. A plataforma **Globoplay** está disponível no Brasil e em mais de 20 países. Além disso, os canais *pay-per-view* **Premiere** e **Combate**, exclusivos de futebol e lutas, respectivamente, também estão disponíveis para assinatura. O **Globoplay** tem, ainda, o serviço de *simulcast* da **TV Globo** e dos canais pagos que, em 2022, foi estendido para todo o país. Por ser um *marketplace*, o *streaming* oferece comodidade ao assinante que deseja fazer combos entre várias plataformas, sejam próprias ou de terceiros.





### Mediatech e publicidade

A jornada *mediatech* da Globo fortaleceu a relação com o mercado publicitário, ampliando a oferta de soluções assertivas para as marcas e experiências ainda mais personalizadas para os brasileiros. Atuação pautada pelo conceito vídeo *premium*, que se materializa pela capacidade de criar histórias de qualidade, com adequada curadoria, criando um ambiente seguro para os anunciantes. Um trabalho sustentado por três pilares essenciais: conteúdo *premium*, tecnologia e soluções inovadoras.

Em 2022, o **Globoplay** lançou o Globo DAI e o Pause Ads. O primeiro é um formato que garante a inserção de anúncios, de forma segmentada, nos intervalos comerciais do *simulcasting* dos canais. Já o segundo é um formato disruptivo, acionado quando o usuário pausa o conteúdo, exibindo a campanha publicitária com a garantia de não prejudicar a jornada de consumo, com 100% de *viewability*, permitindo a entrega de mensagens contextualizadas e aumentando a eficiência das campanhas.

Também em 2022, a empresa apresentou ao mercado o GAMA, plataforma agnóstica de mídia programática desenvolvida em parceria com a Xandr. É um *marketplace premium*, que coloca

à disposição não apenas o inventário da Globo, mas também diferentes inventários do ambiente digital no Brasil, com potencial de impactar consumidores em ambientes *brand safety*. O GAMA gera a oportunidade de distribuição de mensagens publicitárias com ganho de atenção e engajamento.

A Globo também tem investido em tecnologia para garantir segurança e capacidade de processamento de dados em parceria com outras empresas. Um trabalho focado em enriquecer as informações aferidas sobre os diferentes consumidores, sempre respeitando o sigilo e a privacidade dessas informações.

### Portfólio digital

Temos um amplo portfólio digital com *sites*, aplicativos e serviços que ampliam o alcance do nosso conteúdo, marca e interatividade com todas as audiências. Estão incluídas produções locais e internacionais, como notícias, esportes, entretenimento, tecnologia e receitas. Entre as soluções estão os portais **g1**, **ge** e **gshow**, o site **Receitas** e o jogo *online* de futebol **Cartola**.

- 1,73 milhão de metros quadrados
- 70% preservados com espécies da Mata Atlântica
- Consumo de energia equivalente a uma cidade de 90 mil habitantes, sendo 99% de energia renovável, inclusive com geração própria a partir de energia solar



### Estúdios Globo

Principal símbolo da valorização da cultura nacional, os Estúdios Globo são o maior complexo de produção de conteúdo audiovisual da América Latina e um dos maiores do mundo. Referência em modernidade e alta tecnologia, estão integralmente a serviço da construção de histórias que impactam, emocionam e refletem a diversidade brasileira. As instalações, no Rio de Janeiro, cobrem uma área de, aproximadamente, 1,73 milhão de metros quadrados.

Em 2022, as equipes que atuam nos Estúdios Globo passaram a ser organizadas de acordo com uma nova estrutura, baseada em três pilares: Conteúdo, Produção e Talentos, com uma área transversal de Diversidade e Inovação em Conteúdo, que, a partir de 2023, passa a ser responsável por diversificar e amplificar a participação de pessoas de grupos sub-representados nas telas e nos times, bem como fomentar a criação de formatos e narrativas inovadoras.

No pilar de Conteúdo, para garantir múltiplas narrativas, gêneros e formatos para todas as plataformas e para o público, os autores passaram a estar junto aos diretores artísticos.

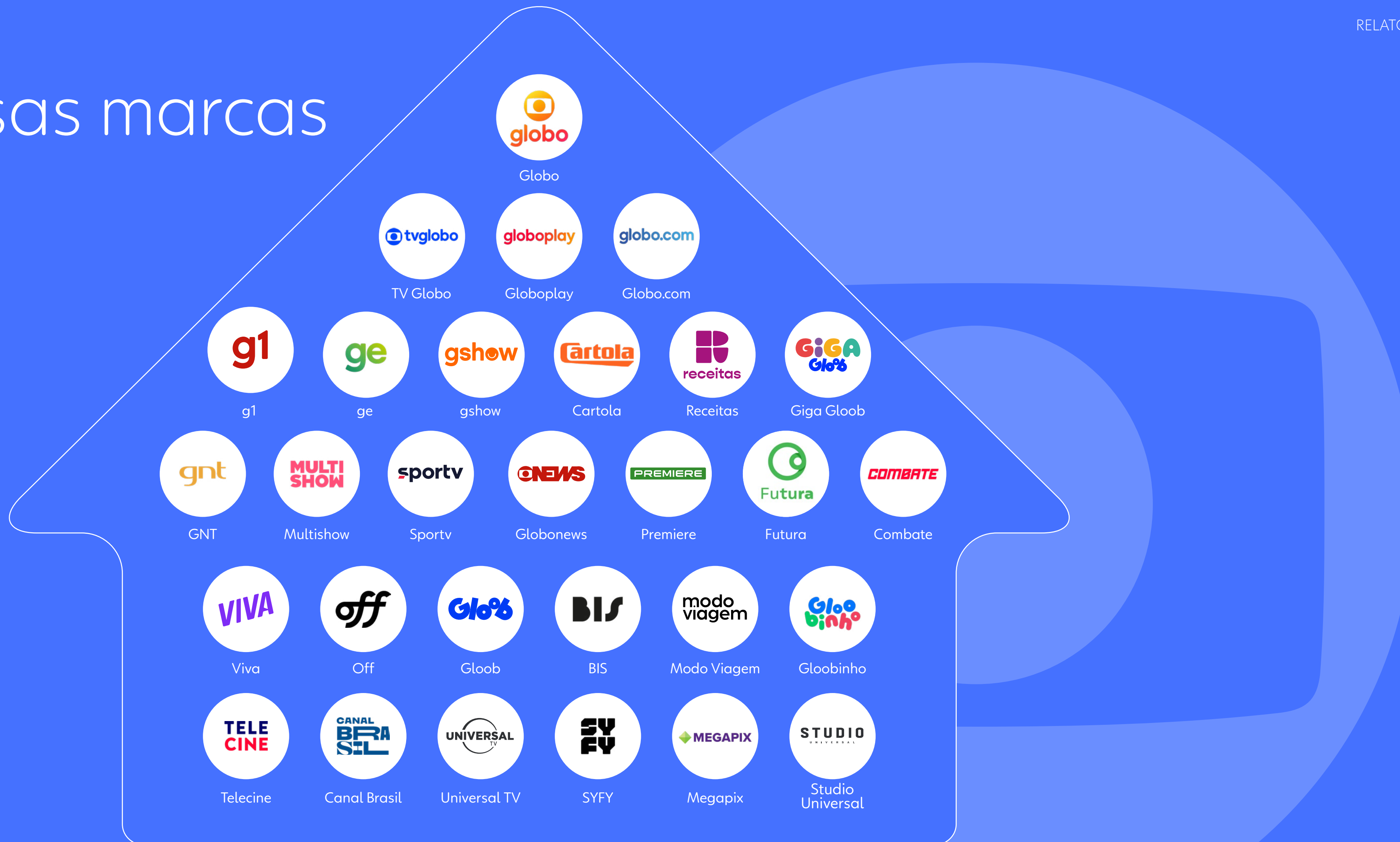
No pilar de Produção, o novo formato oferece diferentes modelos para todas as plataformas, com ganhos de sinergia e eficiência, além do estabelecimento de novas parcerias.

Em Talentos, a busca é a evolução contínua do modelo de relacionamento com atrizes e atores, cenógrafos, figurinistas, produtores de arte e musicais, entre outras funções de produção artística, confirmando a companhia como parceira dos talentos no Brasil.



# nossas marcas

GRI 2-6



# governança e gestão ESG

GRI 2-14 | GRI 2-23 | GRI 2-24 | GRI 2-25

O processo de desenvolvimento da Agenda ESG 2030 da Globo foi conduzido em 2021 por um Grupo de Trabalho multidisciplinar, com apoio de uma consultoria externa, que incluiu uma criteriosa análise setorial e o estudo das normas GRI (Global Reporting Initiative) e SASB (Sustainability Accounting Standards Board) para o setor de mídia.

Também foi feito um diagnóstico da situação da empresa em relação aos temas previamente identificados como relevantes. A partir da seleção destes temas, elaboramos a nossa Matriz de Materialidade, que utilizamos como diretriz para o desenvolvimento de seis compromissos estratégicos a serem perseguidos pela companhia.

Em 2022, os times multifuncionais avançaram na definição das ambições estratégicas de longo prazo. Construímos um *roadmap* de metas, que norteiam a evolução de cada um dos seis compromissos para alcançarmos as ambições traçadas. Este conteúdo está apresentado ao longo deste relatório.

Outra ação importante do período foi a definição do nosso painel de indicadores para monitoramento da evolução em relação a estas ambições e metas e a contratação da Plataforma Climax – Waycarbon para a gestão integrada desta agenda por um novo time de governança ESG formado para dar apoio e coordenar os times multifuncionais.

A governança ESG foi consolidada, ainda, com a definição de uma agenda de relatórios periódicos ao Diretor de Finanças, Jurídico e Infraestrutura e ao Conselho de Administração da empresa.

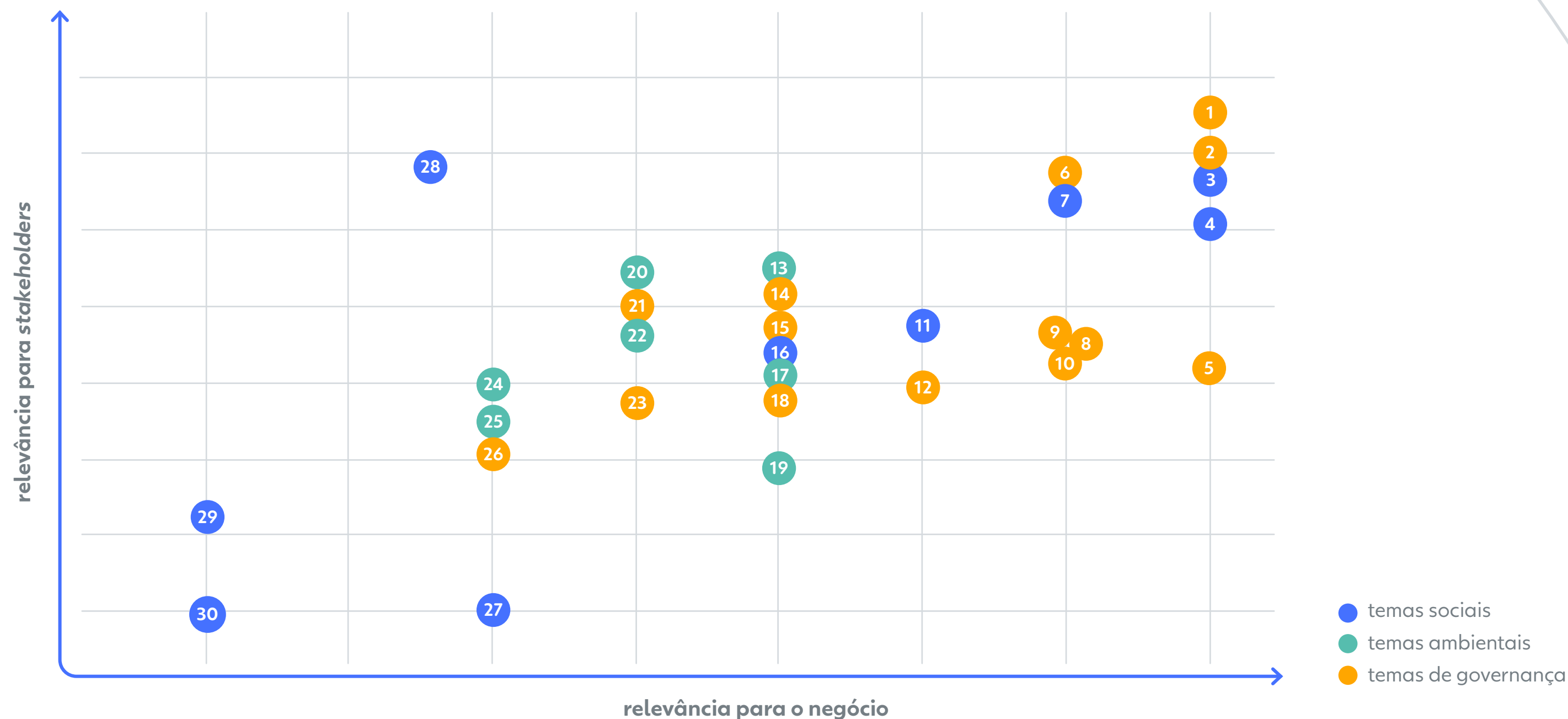
Em 2022, nos tornamos signatários do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU) e renovamos nossa associação de longa data com o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. GRI 2-28



# matriz de materialidade

GRI 3-1 | GRI 3-2

Nossa Matriz de Materialidade foi consolidada a partir da escuta de *stakeholders* – consumidores, colaboradores, anunciantes, investidores e acionistas – por meio de pesquisas, grupos focais e entrevistas, somada a um diagnóstico da situação da empresa em relação aos temas identificados como relevantes. O Grupo de Trabalho ESG, que envolve dezenas de executivos e lideranças seniores, conduziu o processo e avaliou os temas com base no potencial risco reputacional, financeiro e legal, impacto na vantagem competitiva e relação com a essência da empresa e os nossos valores corporativos.



### Temas materiais

- |  |                                       |  |
|--|---------------------------------------|--|
| 1 assédio e discriminação              | 11 dar visibilidade a causas          | 21 gerenciamento de riscos                 |
| 2 combate à corrupção                  | 12 publicidade responsável            | 22 gestão de resíduos                      |
| 3 jornalismo confiável e plural        | 13 conscientização social e ambiental | 23 desenvolvimento dos colaboradores       |
| 4 representatividade nas telas         | 14 valores e normas claros            | 24 impacto ambiental de fornecedores       |
| 5 saúde e bem-estar dos colaboradores  | 15 conselho independente e diverso    | 25 gestão de água                          |
| 6 segurança da informação              | 16 direitos humanos                   | 26 transparência e equidade na remuneração |
| 7 diversidade na equipe                | 17 gases de efeito estufa             | 27 filantropia corporativa                 |
| 8 direitos trabalhistas                | 18 ouvidoria                          | 28 proteção de audiências vulneráveis      |
| 9 diálogo com <i>stakeholders</i>      | 19 proteção da biodiversidade         | 29 incentivo à cultura de doação           |
| 10 proteção da propriedade intelectual | 20 gestão de energia                  | 30 incentivo ao voluntariado               |



# nossos compromissos

An illustration of a woman with long black hair, wearing a black hijab and a vibrant orange patterned top with yellow flowers. She is holding a silver microphone and appears to be speaking or performing. The background is a solid blue color.

compromisso  
**#1**  
**impacto social do conteúdo**  
Produzir e distribuir conteúdos em sintonia com a sociedade, contribuindo para o desenvolvimento social e ambiental.

An illustration of a person with short brown hair and glasses, wearing a green shirt, seated in a wheelchair. The wheelchair is yellow and blue. The background is a solid purple color.

compromisso  
**#2**  
**diversidade & inclusão**  
Promover a diversidade e a inclusão em nossos conteúdos e nas nossas equipes.

An illustration of a person with a dog on their back. The person is wearing an orange jacket and a blue tie with yellow polka dots. The dog is small and white with brown spots. The person's right arm is raised. The background is a solid pink color.

compromisso  
**#3**  
**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.

An illustration of a person with glasses and a green shirt, holding up a peace sign with their right hand. On their chest is a circular recycling symbol with three arrows. The background is a solid teal color.

compromisso  
**#4**  
**biodiversidade & consciência ambiental**  
Valorizar e proteger a biodiversidade, promover a consciência ambiental e respeitar os limites naturais do nosso planeta.

An illustration of a woman with dark skin and a large black afro, wearing a purple blazer and a striped skirt. She is holding a yellow folder and gesturing with her right hand. The background is a solid orange color.

compromisso  
**#5**  
**governança transparente & responsável**  
Promover uma governança transparente e responsável, pautada pela Essência Globo.

An illustration of a young person with dark skin, wearing a yellow school uniform with a red backpack. They are holding a smartphone in their right hand. The background is a solid yellow color.

compromisso  
**#6**  
**educação como vetor de transformação do país**  
Apoiar ativamente a educação como vetor de transformação do Brasil.

compromisso

# #1 impacto social do conteúdo

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



conversa com a liderança

destaques do ano

na globo

#1 impacto social do conteúdo

#2 diversidade & inclusão

#3 desenvolvimento & bem-estar dos colaboradores

#4 biodiversidade & consciência ambiental

#5 governança transparente & responsável

#6 educação como vetor de transformação do país

sobre este relatório

ambições e metas

anexos



### Como fazemos isso?

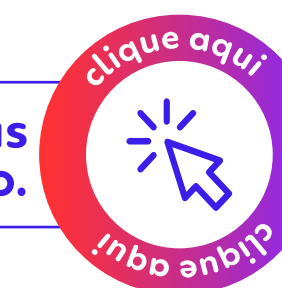
- Oferecendo aos brasileiros um jornalismo íntegro, isento e ágil, como preconizam os nossos princípios editoriais, e defendendo a liberdade de expressão.
- Produzindo conteúdos criados com sensibilidade por times com visões de mundo ampliadas e conscientes de seu impacto no mundo.
- Veiculando a publicidade de forma responsável, como prevê nossa política comercial.
- Apoiando causas e iniciativas sociais e ambientais relevantes para o desenvolvimento da nossa sociedade.

### Nossas ambições 2030

- Manteremos a liderança com nosso jornalismo sério e plural em todas as plataformas sem concessões ao sensacionalismo ou à polarização.
- Manteremos a liderança sendo percebidos pela nossa audiência como relevantes pela sensibilidade social dos nossos conteúdos.
- Seremos referência de publicidade responsável.
- Seremos uma voz protagonista na defesa das nossas causas.



Conheça as metas relacionadas a este compromisso.





# um espaço para reflexão e diálogo

Diariamente, chegamos a quase todos os brasileiros por meio de várias telas, de forma democrática e, em boa parte, gratuita. Sabemos da nossa responsabilidade. Por isso, trabalhamos para promover o acesso à informação fundamental, confiável e de qualidade, contribuindo para o avanço permanente da sociedade.

## Jornalismo sério e plural

GRI 3-3 | jornalismo confiável e plural | SV-ME-260a.2 | SV-ME-270a.3

A construção de uma reputação pautada por credibilidade, ética e qualidade é uma jornada diária que o Grupo Globo pratica desde os primeiros dias de sua fundação. Praticar o bom jornalismo, com responsabilidade e alinhamento aos princípios de cidadania e interesse público, faz parte da nossa essência.

O exercício da prática jornalística é pautado pelos **Princípios Editoriais do Grupo Globo**, lançados em 2011 e revisados em 2018. O documento, que é público, trata de temas como isenção e independência jornalística, acuracidade, agilidade e proteção da privacidade, entre outros. Ele também estabelece claramente que o Grupo é partidário, laico, independente de grupos

econômicos e de governos. Todos os nossos jornalistas têm a obrigação de conhecer e aplicar esses princípios em tudo o que produzem. **GRI G4 M3**

O nosso compromisso com temas sociais é histórico e o nosso jornalismo, desde sempre, esteve atento à cobertura de temas relacionados a demandas urgentes da sociedade, como educação, combate à corrupção, promoção da diversidade e preservação ambiental.

Em 2022, a cobertura das eleições presidenciais foram um marco no jornalismo da Globo. Em meio a um contexto de desinformação nas redes, nossas equipes deram especial atenção para o combate a fakenews. A editoria Fato ou Fake do g1 ganhou espaço nos telejornais e programas televisivos. Na TV Globo, entrevistas e debates levantaram importantes temas durante as campanhas. A relevância da cobertura ao vivo das eleições na GloboNews levou o canal a liderar a audiência na TV paga durante vários meses. No Jornal Nacional, a série Brasil em Constituição fez uma sólida defesa da democracia em 23 episódios ao narrar a história da Constituição Brasileira e como sua aplicação garantiu direitos fundamentais.

Para estruturar o acompanhamento desses e outros temas, bem como o desenvolvimento de estratégias relacionadas à nossa Agenda ESG 2030, desenvolvemos e implementamos uma metodologia de medição de pautas alinhadas a essas temáticas, veiculadas em nossas plataformas. Em 2022, incluímos novos temas nesse monitoramento, como direitos dos povos indígenas, inclusão da comunidade LGBTQIA+, das pessoas com deficiência e das pessoas negras, além do combate à fome, à pobreza e ao feminicídio. **GRI G4 M3**



**+ 49 mil minutos de reportagens com temas ambientais**  
**+ 10 mil minutos de reportagens sobre educação**

Foram exibidos mais de 82 mil minutos de reportagens sobre temas sociais e ambientais em 2022. Nosso intuito, além de transmitir informação de qualidade e que transparece confiança para nossos telespectadores, é estar em sintonia com a sociedade, apresentando pautas importantes que fazem parte do contexto de cada um e que representem a pluralidade do país.

## Tempo dedicado aos temas nos telejornais

Minutagem de matérias exibidas sobre temas sociais e ambientais

Ano	Mês	Minutos
2022	Jan	4.911
	Fev	4.952
	Mar	4.343
	Abr	5.854
	Mai	8.733
	Jun	12.573
	Jul	9.102
	Ago	7.257
	Set	5.007
	Out	5.743
	Nov	6.425
	Dez	6.520
<b>Total</b>		<b>81.418</b>

## Pautas em destaque do jornalismo em 2022

**Combate à fome e à pobreza:** o **Profissão Repórter** registrou o dia a dia de quem passa fome no Brasil. De acordo com a ONU, 63 milhões de pessoas têm dificuldade de se alimentar no país. O programa mostrou pessoas tirando do lixo seu alimento, disputando comida com cachorros, além do aumento de casos de furtos de alimentos ou materiais de primeira necessidade.

No **Fantástico**, o tema também foi debatido em reportagens especiais. O programa mostrou o aumento da população de rua em São Paulo, que em dois anos superou 30%. Em outra reportagem, a equipe visitou famílias sem-teto que vivem em ocupações de risco na capital paulista.

**Combate ao racismo:** um levantamento exclusivo do **Fantástico** analisou mais de 100 ocorrências de crimes raciais registradas em 2021 e 2022, em todo o Brasil. A reportagem mostrou depoimentos emocionantes. Ainda no **Fantástico**, entrevistas com alunos cotistas mostraram a importância da Lei de Cotas. No Dia da Consciência Negra, a Globo SP exibiu o documentário **Sons de SP**, que mergulhou na trajetória da música negra e de suas vertentes.

**Inclusão de pessoas com deficiência:** um dos episódios da série **Brasil em Constituição**, do **Jornal Nacional**, tratou sobre o impacto que a defesa da igualdade em lei constitucional teve na vida de pessoas com deficiência.



**Comunidade LGBTQIA+:** o **Jornal Nacional** mostrou a história do Coletivo Família Stronger, um movimento que apoia e protege jovens LGBT da periferia. Ainda no **Jornal Nacional**, uma reportagem falou do Dia Internacional do Orgulho LGBT e lembrou as conquistas da comunidade no Brasil, que tem recebido impulso de jovens da geração Z.

**Defesa dos povos indígenas:** uma das coberturas mais relevantes nessa temática foi o acompanhamento do Caso Bruno e Dom, o indigenista e o jornalista britânico que foram mortos enquanto visitavam comunidades indígenas no Vale do Javari, na Amazônia. O programa **Profissão Repórter** registrou desde o surgimento das primeiras pistas até a localização dos corpos das vítimas.

**Direitos das mulheres:** no **Fantástico**, uma reportagem mostrou a vida de crianças órfãs de mães vítimas de feminicídio, após um estudo trazer informações sobre camadas “invisíveis” da violência contra a mulher no Brasil. O **Fantástico** mostrou, ainda, uma entrevista exclusiva com a mãe de uma criança, de onze anos, violentada em Santa Catarina. A mãe falou sobre a audiência traumática na qual a filha, então com dez anos, foi pressionada a desistir do aborto a que tinha direito.

**Preservação do meio ambiente:** nossos telejornais e plataformas digitais acompanharam os estudos, levantamentos e operações em diferentes regiões do país. Em um dos destaques, um estudo concluiu que o Brasil foi o país que mais perdeu áreas de floresta nativa em 2021, foram mais de 1,5 milhão de hectares. Um especial mostrou a avaliação de ambientalistas sobre os avanços do Código Florestal, em 10 anos de implementação. Outra reportagem mostrou os resultados de uma pesquisa que apontou que o Brasil perdeu quase 20% de toda a superfície coberta com água nos últimos 30 anos, sendo o Pantanal a região mais afetada. Além disso, nosso Entretenimento também tem ampla abordagem sobre o tema ambiental, como pode ser conferido na [página 56](#).



*“Em toda cobertura, em todo telejornal, em cada publicação digital, os jornalistas da Globo se empenham em trazer para as telas toda a diversidade brasileira. Seja na forma de reportagens investigativas que denunciam preconceitos e injustiças, seja na elaboração de pautas em defesa dos valores social e ambientalmente relevantes. E fazemos isso por acreditar que uma sociedade mais justa precisa de informação de credibilidade, apurada e editada com isenção e profundidade.”*

**Ricardo Villela**  
Diretor de Jornalismo

### Impacto da cobertura esportiva

No esporte, os temas sociais também atravessaram a cobertura. O enfrentamento ao racismo e à homofobia, dois temas importantes no meio esportivo, ganharam protagonismo em diversas reportagens.

Contamos a história de Luca Kumahara, que foi o segundo maior atleta do tênis de mesa da categoria feminina no Brasil, quando ainda se identificava como Caroline Kumahara. Ele foi destaque nos Jogos Olímpicos de Londres 2012, Rio 2016 e Tóquio 2020. Em [reportagem ao ge](#), falou pela primeira vez sobre identidade de gênero após mudar de nome e ser o primeiro atleta trans da modalidade.

Também tivemos a estreia, no **Globoplay**, do podcast [Nos Armários dos Vestiários](#), uma investigação sobre a homofobia no futebol. A série, em 10 episódios, mergulhou nas barreiras para a inclusão e a representatividade dentro e fora do campo, abordando questões sobre machismo e a homofobia naturalizados em diversas frentes do esporte mais popular do Brasil. Logo no [primeiro episódio](#), o ex-jogador multicampeão com passagens por times da Série A e pela Seleção, Richarlyson, assumiu ser bissexual.



*“A diversidade da equipe que participou da cobertura da Copa do Mundo do Catar é motivo de orgulho para nós, mas queremos mais. Precisamos nos manter firmes no objetivo de refletir e representar cada vez mais a nossa sociedade, tanto internamente quanto no conteúdo que produzimos. Ao mesmo tempo, em outra frente, o futebol feminino terá protagonismo em nossas telas, com a transmissão de jogos e a cobertura jornalística de competições relevantes como a Copa do Mundo e o Campeonato Brasileiro.”*

**Mariana Bomfim**  
Gerente de Edição de Texto

## Cobertura da Copa do Mundo de Futebol Masculino



Com os direitos exclusivos para a transmissão do evento na TV aberta e por assinatura no Brasil, a Globo preparou uma cobertura com mais de 300 horas de transmissão no **sportv** e 160 horas na **TV Globo**, além de uma transmissão alternativa no **Globoplay**, sob o slogan “Tamo Junto pela Copa” e de reportagens especiais no **ge**.

Mais de 500 pessoas estiveram envolvidas na cobertura da Copa do Mundo 2022, sendo 73 diretamente do Catar, país-sede do evento. Com destaque para representatividade e protagonismo feminino na transmissão, tivemos Ana Thais Matos como a primeira mulher a comentar jogos da seleção masculina em Copas do Mundo na **TV Globo**. Ela esteve no Catar ao lado de Galvão Bueno e dos comentaristas Júnior e Roque Júnior, do pentacampeonato mundial.

A cobertura também fez história com as primeiras narradoras em jogos do Mundial: Renata Silveira, na **TV Globo**, e Natália Lara, no **sportv**.

Muitas mulheres estiveram presentes em reportagens e flashes ao vivo, como Karine Alves, Carol Barcellos, Debora Gares, Julia Guimarães e Gabriela Ribeiro, além do comando feminino de equipes no Catar. No time de comentaristas, Cristiane Rozeira e Tamires Dias se juntaram à Formiga e Renata Mendonça.

Roque Júnior e Richarlyson também entraram para o time de comentaristas, aumentando a representatividade negra na nossa equipe da **TV Globo**, enquanto Grafite fez sua segunda Copa do Mundo no **sportv**.

Com essa equipe diversa, a Globo alcançou mais de 170 milhões de pessoas com as transmissões do Mundial em todas as telas: **TV Globo, sportv, Globoplay e ge**.

## Copa do Mundo em números

A **TV Globo** exibiu mais de **135 horas** da **Copa do Mundo** e viu sua audiência do dia crescer **27%**

As transmissões atingiram todos os públicos: foram mais de **77 milhões de homens** e de **85 milhões de mulheres impactados**. Do total, mais de **44 milhões eram jovens** (com até 24 anos)

O **sportv** saiu do terceiro lugar e assumiu a **liderança da TV por assinatura** no acumulado do ano, com as mais de **300 horas de transmissão** da Copa do Mundo. Os canais **sportv** impactaram mais de **40 milhões de pessoas**

O **ge** teve quase **690 milhões de pageviews**, com um pico de 11 milhões de usuários. Ainda bateu recordes históricos de consumo de vídeo em três dias durante a Copa

No digital, o **Globoplay** bateu recordes de consumo durante a Copa, duplicando a média anual. O recorde histórico foi de **16 milhões de horas de streaming em único dia**

## Sensibilidade social dos nossos conteúdos

GRI 3-3 | representatividade nas telas | dar visibilidade a causas | proteção de audiências vulneráveis | GRI G4 M3 | GRI G4 M4

O nosso conteúdo é pensado para chegar a diferentes públicos, formatado para a nossa variedade de plataformas e estruturado de forma a levar entretenimento e provocar reflexões importantes. Vivemos em constante transformação, tanto no nosso negócio quanto nos desafios de refletir as expectativas e necessidades da sociedade.

Nós alocamos pesquisadores e consultores em nossos projetos para contribuir com uma visão adequada e rica de cada tema. Além disso, pesquisas de formato e de tendências dão suporte aos criadores para que os pulsos sociais e culturais sejam refletidos em nossas produções e elas dialoguem de forma ampla e democrática com a audiência, apresentando diferentes pontos de vista.

Em 2022, 47% dos conteúdos de dramaturgia em desenvolvimento e 60% dos documentários desenvolvidos tiveram o apoio de consultores. Para fins de comparação da nossa evolução nessa frente, em 2021, os consultores apoiaram 23% dos conteúdos em dramaturgia e 43% em documentários. O crescimento evidencia um trabalho conjunto com equipes de criação para respeitar peculiaridades, singularidades e complexidades de temas sociais e ambientais abordados nas narrativas.



Nos pareceres sobre as obras, os direitos das crianças e adolescentes são especialmente observados, além de endereçadas questões como a classificação indicativa, sinalizando os ajustes necessários para que o conteúdo esteja adequado ao público a que se destina. Também são apontados os cuidados que precisamos tomar no texto e na gravação para que nenhuma criança no set seja exposta a diálogos ou a situações psicologicamente danosas ou inadequadas.

Além das novelas, que têm um enorme alcance e capacidade de mobilização, e das nossas produções originais, temas sociais também são, frequentemente, abordados nos programas de variedades.

*Acredito plenamente que a diversidade humana é a ferramenta disponível mais eficiente para o fortalecimento do mercado criativo, de comunicação e mídia. Em um setor onde a única constância é a turbulência, em cada vez mais veloz (r)evolução, está nos muitos e múltiplos repertórios humanos a oportunidade de construir histórias e conversas relevantes, que impactarão de forma profunda e responsável o Brasil e o mundo.*

*Desde o convite para a criação da Diretoria de Diversidade e Inovação em Conteúdo dos Estúdios Globo, me sinto desafiada em buscar sintonia com as pautas da sociedade, estar alinhada aos compromissos ESG da empresa mantendo a essência do entretenimento.*

*A nova área, encarregada de fomentar novas perspectivas naquilo que fazemos com tanta excelência que é o Conteúdo, busca unir excelências externas e internas sustentando o que mais acredito, que para além de um compromisso de responsabilidade estrutural e social, a Diversidade é uma tecnologia extremamente avançada capaz de transformar o futuro dos negócios e a relevância da nossa empresa no médio e longo prazo. “*

**Samantha Almeida**

Diretora de Diversidade e Inovação em Conteúdo



### Entretenimento que informa, diverte e inclui

Em 2022, demos um passo importante na consolidação da nossa estratégia ESG com a criação da Diretoria de Diversidade e Inovação em Conteúdo, vinculada aos Estúdios Globo. Com a atuação transversal a partir de 2023, terá influência no impacto social dos conteúdos e na promoção da diversidade e da inclusão, tanto nas equipes quanto no que será produzido.

A Diretoria é responsável por diversificar, representar e incluir todas as comunidades nas telas e nos times do Entretenimento, além de fomentar a inovação em formatos, linguagens e narrativas. O objetivo é estar em sintonia com as pautas da sociedade e do país, estando sempre em linha com os compromissos ESG da empresa.

### Sintonia com a sociedade

A diretoria da Pesquisa & Conhecimento é uma área multidisciplinar a serviço de toda a Globo e tem o propósito de gerar, integrar e dar sentido ao conhecimento do consumidor, da sociedade e da performance de consumo multiplataforma dos nossos produtos, para inspirar a tomada de decisões de impacto positivo. Um de seus hubs é o 'Sintonia com a Sociedade', que desenvolve estudos, análises e pesquisas diversas, conectados ao mundo contemporâneo e com os comportamentos emergentes.

Entre suas ferramentas está o Tracking Sintonia com a Sociedade. O tracking tem como objetivo mapear ao longo do tempo os sentimentos dos brasileiros, bem como suas opiniões em relação a várias temáticas e sobre o consumo de conteúdos e produtos distintos. Em 2022, realizamos 11 ondas mensais, com 1.500 pessoas entrevistadas a cada onda.

GRI G4 M5



### Histórias diversas

Reconhecida nacionalmente pela sua excelência em contar histórias, a dramaturgia da Globo segue alinhada aos compromissos, com foco principal no social.

Ao longo do ano, os Estúdios Globo produziram novelas e séries, exibidas na TV aberta e no **Globoplay**, que abordaram, através de seus personagens e tramas, questões sociais relevantes para a sociedade, em todos os horários da grade, provocando debates sobre temas como acessibilidade, empoderamento feminino, representatividade LGBTQIA+ e racial. Nosso alcance é tanto que 92% da população brasileira assistiu a alguma novela em 2022.



## Novelas

### Travessia:

A novela das 21h mostrou a falta de acessibilidade nos centros urbanos por meio da personagem Juliana que, assim como sua intérprete, a atriz Tabata Contri, é usuária de cadeira de rodas.

### Um Lugar ao Sol:

Já em **Um Lugar ao Sol**, apresentamos ao público a personagem Mel (Samanta Quadrado) que contribuiu para desmistificar tabus em torno das pessoas com Síndrome de Down.

Além disso, as personagens femininas de diferentes idades e núcleos da trama apresentaram problemas muito marcantes do universo feminino, como o feminicídio da personagem Stephany (Renata Gaspar) e o etarismo na trama de Rebeca (Andrea Beltrão) que vive um romance com um homem mais jovem.

O racismo também foi debatido através do personagem negro Ravi (Juan Paiva), que foi acusado injustamente de roubar um celular, e pelo personagem Luan (Miguel Schmidt), que sofria *bullying* na escola por conta do seu cabelo crespo.

### Pantanal:

A novela abordou representatividade racial por meio de um núcleo formado por uma família interracial. A homofobia também foi abordada através do personagem Zaquieu (Silvero Pereira). A trama também tratou de outros temas relevantes como o machismo, através da personagem de Maria Bruaca, que passou por um processo de empoderamento e autoconhecimento.

### Além da Ilusão:

**Além da Ilusão**, contou a história do personagem Leopoldo (Michel Blois) que foi vítima de homofobia. Sua trama também abordou o tema da discriminação. O enredo de época do horário das 18h retratou, em múltiplas frentes, o empoderamento feminino por meio de Olívia (Debora Ozório) que sofre preconceito ao assumir o cargo de supervisora na tecelagem, mas acaba conquistando o respeito dos tecelões.

O racismo também foi discutido, com a personagem Letícia (Larissa Nunes), que foi preterida a uma vaga de emprego por uma concorrente branca, e Bento (Matheus Dias) que é recusado na redação do jornal por ser negro.



### Mar do sertão:

Ainda na faixa das 18h, **Mar do sertão** exibiu o empoderamento feminino ao apresentar ao público Candoca (Isadora Cruz), uma mulher idealista, justa, que não abre mão de seus valores e refuta preconceitos contra as mulheres.

### Cara e Coragem:

**Cara e Coragem**, novela das 19h, abordou inclusão e representação racial ao ter um núcleo central formado por uma família rica negra.

### Todas as flores:

**Todas as Flores**, trama exibida no **Globoplay**, relatou temas LGBTQIA+, como a bissexualidade do personagem Raulzito (Nilton Bicudo), além da temática da escravidão reprodutiva de mulheres e do drama de Mauritânia (Talita Carauta), que enfrenta preconceito por ser atriz pornô e se torna estilista. A novela apresentou personagens femininas que dominam o centro da história.



### Humor | Canal Multishow

#### Humor Negro:

O programa **Humor Negro**, do **Multishow**, aborda causos e experiências da população negra, através da ótica negra e interlocutores negros, em um formato inovador: mesclando esquetes e apresentações de *stand-up comedy*. A escolha do nome da produção buscou ressignificar a expressão “humor negro” e torná-la mais literal, ou seja, comédia feita por pessoas negras. A gravação do especial se deu fora do eixo Rio - São Paulo, na cidade de Salvador, que conta com a maior população negra do Brasil, visando fortalecer o mercado audiovisual da região.



### Animação | Canal Gloop

#### Miraculous: As aventuras de Ladybug e Catnoir

O conteúdo infantil também não fica de fora dos compromissos ESG. De maneira orgânica, o canal incentiva discussões relevantes que podem ser introduzidas, desde cedo, no cotidiano e no vocabulário das crianças, além de demonstrar um universo em que elas possam se identificar. **Miraculous: As aventuras de Ladybug e Catnoir**, o produto licenciado mais forte do **Gloop**, por exemplo, tem como protagonismo a liderança feminina, além de contar com um elenco diverso de personagens.

No **Gloop**, o afeto e o respeito às falas das crianças são valorizados, mostrando a importância social do cuidado e da representatividade infantil. A série **Escola de Gênios**, por exemplo, é protagonizada, desde a primeira temporada, por um adolescente negro cujo sonho é construir uma garra robô para sua irmã usuária de cadeira de rodas. Um episódio da temporada levantou a discussão sobre os direitos das mulheres.



## Realities, entrevistas, shows e documentários: informação, diversão e inclusão

Nossos programas dialogam com todo o país, abordando pautas e temas que mostram nossa crescente sintonia com o mundo atual, apresentando assuntos antes considerados como tabus.



### Programas de Pauta

#### TV Globo

Entrevistas marcantes estão sempre presentes nos programas dos Estúdios Globo. Como a de Graça Machel, viúva de Nelson Mandela, no **Encontro**, ou a de Viola Davis, no **Conversa com Bial**, que trouxe luz a temas delicados como o racismo e a luta de classes.

Outros destaques foram o abraço de Manoel Soares em Dona Dirce, no **Encontro**, após chorar relatando um caso de racismo que sofreu, e a participação de Wescla Vasconceles, atriz trans, que repercutiu a importante participação de Linn da Quebrada no **BBB 22**.

O beijo de Gil do Vigor em um pretendente no programa **Mais Você** também evidenciou a imensa importância que a grade da Globo dá a promoção de debates sobre equidade e o nosso esforço diário em trazer isso para as telinhas.

No **Domingão com Huck**, um dos destaques foi a participação da Mãe Idalina, uma mãe de santo com um projeto social no Rio de Janeiro, que foi levada para conhecer suas raízes no Benin, país do continente africano.

O programa mostrou toda a identidade apagada de um povo que foi escravizado e trazido para o nosso país.

#### Canal GNT

Os programas do canal **GNT** também contribuíram ampliando a visão de mundo em assuntos de interesse da sociedade. O **Saia Justa** celebrou 20 anos com uma nova formação: Astrid Fontenele, Larissa Luz e Luana Xavier. Ao longo do ano, abordou pautas étnico-raciais, LGBTQIA+, entre outras.

#### Canal Multishow

A segunda temporada do programa **Jojo Nove e Meia**, talk show brasileiro comandado por uma mulher negra, foi ao ar em 2022, no **Multishow**. Nele, Jojo recebe convidados escolhidos estrategicamente para debater temas relevantes e que gerem identificação com a sociedade. Seguimos licenciando o programa **Trace Trends** para exibição também no mesmo canal. A produção é um show de variedades que mostra o melhor da cultura afrourbana na vida e na realidade de todos os cantos e periferias do país.



## Realities

### Estúdios Globo

Nos *realities shows*, contamos, em 2022, com o atleta Fernando Fernandes, a primeira pessoa com deficiência a apresentar o **No Limite**, uma competição de coragem e resistência física, gravado no Ceará. O programa gerou reflexões sobre os lugares ocupados por pessoas com deficiência.

No **The Voice**, tivemos diversidade étnico-racial e a representação das regiões Norte, Sudeste e Sul do país com os técnicos Gaby Amarantos, Iza, Lulu Santos e Michel Teló. Com músicos renomados que simbolizam os mais diferentes ritmos musicais no país, fortalecemos um dos nossos princípios, a brasilidade. Entre os participantes, também priorizamos a pluralidade de gêneros musicais e uma vasta representatividade de perfis brasileiros, retratando nossos telespectadores.



Já no **BBB 22**, a participação da cantora e atriz trans Linn da Quebrada provocou, durante semanas, uma conversa social importantíssima em favor do movimento LGBTQIA+. A cantora se apresentou como uma travesti, e reforçou em conversas com os *brothers* a importância do uso do pronome correto para as pessoas trans, o que contribuiu e ampliou de forma positiva as discussões na sociedade brasileira sobre a temática.

### Canal GNT

No canal **GNT**, os programas **Decora** e **Desapegue se for Capaz** trouxeram inclusão e representatividade feminina para as telas. Outro destaque do ano no canal, que teve grande repercussão, foi a exibição do programa **Histórias de Famílias**, que apresentou diferentes vivências de famílias negras e antirracistas no Brasil. O programa **Fome de Luta**, apresentado pelo chef nortista Thiago Castanho, visitou lutadoras do UFC no Brasil e nos EUA. No episódio com a atleta Jéssica Bate-estaca foi dado espaço para o debate sobre intolerância religiosa e comunidade LGBTQIA+.



## Documentários

As séries originais **Globoplay O Canto livre de Nara Leão** e **Elza e Mané – Amor em linhas tortas**, contaram as histórias de duas artistas brasileiras que revolucionaram a música nacional, destacando, dessa forma, o empoderamento de mulheres.

Disponibilizamos ao público assinante documentários como **As faces da beleza, Clementina e Adelante – A luta das Venezuelanas refugiadas no Brasil**, que abordam as temáticas étnico-raciais e empoderamento feminino.

No **Canal Off**, a série **Jovens por Natureza** valorizou o debate sobre etarismo através da prática esportiva com pessoas acima de 70 anos, já a série **Todas as cores do Brasil** retratou a vivência de diferentes grupos de atletas LGBTQIA+. Ainda no **Canal Off**, o documentário **Elos de resistência** foi o primeiro projeto protagonizado por uma mulher negra trans da história do canal, enquanto o documentário **João Saci no Everest** conta a trajetória do primeiro brasileiro amputado a chegar até o campo base do Everest.

Além de seus programas originais já citados, o **GNT** contribuiu, ainda mais, no debate acerca de liderança feminina e grupos

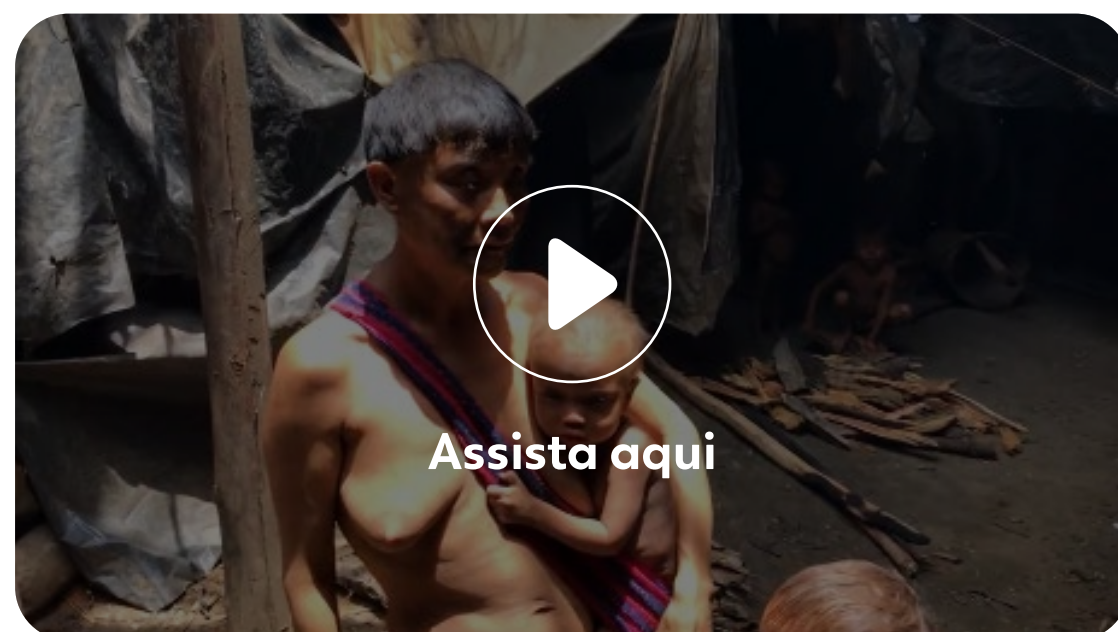


LGBTQIA+ por meio dos, respectivamente, produtos licenciados: **Mulheres Vs COVID, Dona Jacira, Lobby do Batom, O retrato da história lésbica** e **O Balé da resistência**.

Não seria diferente no nosso canal musical. Com a exibição de **Barão 40, Encontros Orquestrados, Sementes do Samba** e a transmissão do show de **Milton Nascimento**

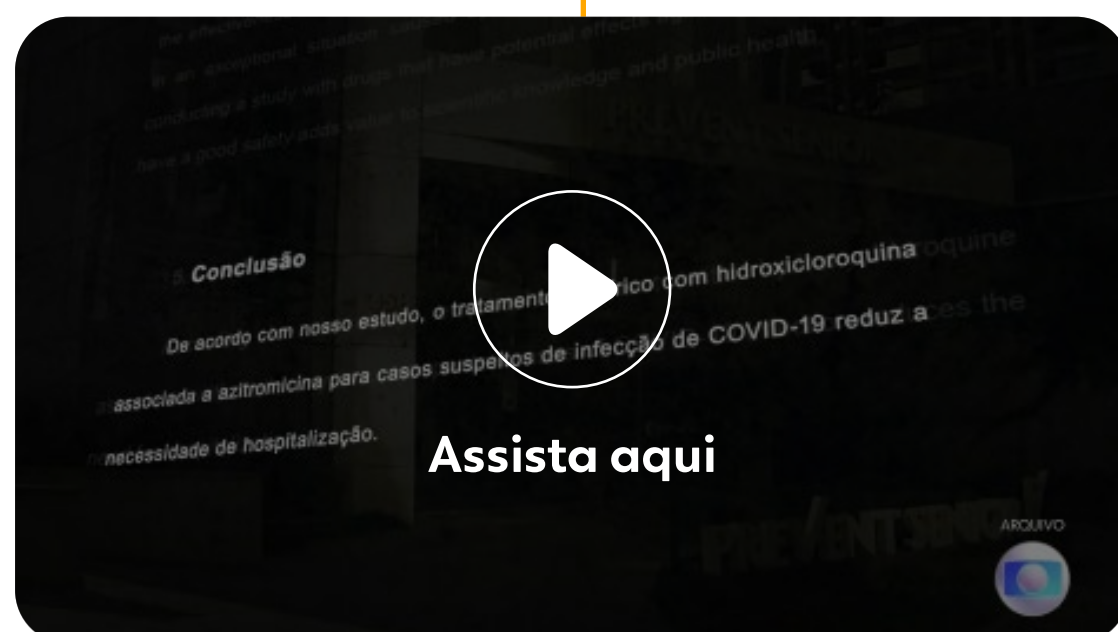
**1981**, o **BIS** motivou o público com conteúdos que valorizam a brasilidade e proporcionam experiências emocionantes que fazem sentido para diferentes pessoas da cultura nacional. Além disso, para as efemérides Dia da Consciência Indígena e Dia do Orgulho LGBTQIA+, o canal licenciou e exibiu os documentários **Meu sangue é vermelho** e **Elton John: Becoming Rocketman**.

## Prêmios, reconhecimentos e indicações



Assista aqui

**Emmy Internacional:** concorrente na categoria Melhor Documentário, **O Caso Evandro**, disponível no **Globoplay**, é uma adaptação do podcast Projeto Humanos, de Ivan Mizanzuk, sobre o assassinato do menino Evandro Ramos Caetano, de 6 anos, em 1992, no Paraná. O documentário detalhou as falhas na investigação policial e no processo judicial de um caso que até hoje não tem solução.



Assista aqui

**Emmy Internacional:** o **Jornal Nacional** e o **Fantástico** concorreram juntos na categoria Notícia com a denúncia sobre a suspeita de que a Prevent Senior usou medicamentos sem eficácia comprovada contra a Covid-19 no tratamento de pacientes e ocultou a causa das mortes pela doença. O jornalismo da **Globo** acumula 27 indicações nos últimos 21 anos.



Assista aqui

**Emmy Internacional:** Letícia Colin foi indicada ao prêmio de Melhor Atriz pela atuação na série original **Onde está meu coração**, do **Globoplay**. Na produção, ela interpreta uma médica que é dependente química e vive o impacto da doença nas relações com o marido, os pais e o trabalho. Na mesma edição da premiação, a novela **Nos Tempos do Imperador** concorreu na categoria Telenovela.

A reportagem **Crianças Yanomami sofrem com desnutrição e falta de atendimento médico** ganhou o prêmio jornalístico Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos na categoria Vídeo. A matéria foi ao ar no **Fantástico** e mostra a realidade de crianças Yanomami, em Roraima, que sofrem com a desnutrição causada por garimpeiros que destroem a Floresta Amazônica, contaminam suas águas e espantam a caça e a pesca.

**Promax Awards América Latina:** a campanha **Isso é coisa de Mulher Negra** venceu na categoria Campanha Social. A produção foi produzida para o Mês da Consciência Negra do **GNT** e homenageou histórias reais de mulheres negras.

**Prêmio Caboré:** a **Globo** venceu na categoria Veículo de Comunicação - Produtor de Conteúdo. O prêmio é o mais importante para a indústria da comunicação. É o 29º prêmio que a emissora ganha, desde que o Caboré foi criado, há 42 anos.



# campanhas e eventos institucionais

Na Globo, promovemos plataformas e campanhas institucionais que convidam à conscientização e ao engajamento social da nossa audiência.

Promovemos campanhas com artistas da empresa a fim de debater cada temática. Em 2022, no mês que marca o Dia da Consciência Negra, lançamos uma campanha para destacar o poder do afeto, veiculada em todo o ecossistema Globo: na TV aberta, nos canais por assinatura e nas redes sociais. A campanha foi pensada e desenvolvida por contadores de história negros e negras e retratou a importância das referências positivas de pessoas negras na infância como forma de potencializar seu desenvolvimento.



Em junho, realizamos o **Negritudes**, um encontro com aproximadamente 200 pessoas que reuniu profissionais de diversas áreas da companhia, influenciadores e parceiros do mercado para debater conteúdos audiovisuais que valorizam a cultura negra. O evento falou de pessoas negras como produtores e consumidores de conteúdo, trazendo tendências e *insights* para estimular a produção audiovisual e celebrar o que já foi realizado.

Outro evento que trouxe luz a mais um tema relevante para a atuação da Globo foi o **Mulheridades**, que reuniu executivos de mercado e parceiros do terceiro setor. Além de mesas de debate, a iniciativa marcou o lançamento da quarta fase da campanha sobre o combate à violência contra a mulher, que busca fomentar a discussão sobre o enfrentamento à violência de gênero.



## Publicidade Responsável

GRI 3-3 | publicidade responsável

Contamos com uma Política Comercial, que tem como referência o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, que exclui anunciantes com iniciativas que não estejam em conformidade com a legislação vigente, criando um ambiente seguro para as demais marcas. Restringimos, também, em ações comerciais dentro do nosso conteúdo, anunciantes que façam alusão à substituição do aleitamento materno, que abordem assuntos de cunho religioso ou político, medicamentos ou automedicação, armas de fogo e tabagismo. GRI G4 M4

## Protagonismo na defesa das nossas causas

Damos visibilidade a causas e iniciativas relevantes de organizações da sociedade civil. Em 2022, cedemos R\$ 202 milhões em mídias para campanhas sociais e veiculamos o equivalente a R\$ 573 milhões em campanhas sociais próprias da Globo.

compromisso

# #2 diversidade & inclusão

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



conversa com a liderança

destaques do ano

na globo

#1 impacto social do conteúdo

#2 diversidade & inclusão

#3 desenvolvimento & bem-estar dos colaboradores

#4 biodiversidade & consciência ambiental

#5 governança transparente & responsável

#6 educação como vetor de transformação do país

sobre este relatório

ambições e metas

anexos



### Como fazemos isso?

- Destacando a diversidade como vetor estratégico no desenvolvimento dos nossos recursos humanos, com engajamento das lideranças, esforços contínuos e monitoramento de nossa evolução.
- Garantindo um ambiente de trabalho que valoriza e respeita as diferenças e que combate veementemente o assédio e a discriminação.
- Impulsionando, estrategicamente, iniciativas que sensibilizem, orientem e inspirem nossos criadores para incentivar produções de conteúdo cada vez mais espelhadas na diversidade da nossa **sociedade**.

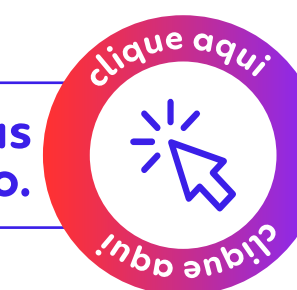


### Nossas ambições 2030

- Teremos mais da diversidade brasileira representada nos nossos times.
- Nossas lideranças serão embaixadoras da diversidade e da inclusão na Globo.
- Garantiremos a presença (quantitativa e qualitativa) de grupos sub-representados\* e de suas vivências sociais em nossos conteúdos.

\* Grupos sub-representados priorizados pela empresa em 2022: negros, mulheres, população LGBTQIA+ e pessoas com deficiência

Conheça as metas relacionadas a este compromisso.



# a diversidade brasileira nos nossos times

GRI 3-3 | diversidade na equipe

Acreditamos no respeito e na valorização da pluralidade e temos convicção de que todos dependem de todos. Essa crença faz parte da nossa essência, conduz as nossas ações e impulsiona novos caminhos.

Temos o compromisso com a garantia de um ambiente de trabalho cada vez mais representativo e inclusivo, no qual todos os nossos colaboradores possam ser quem são.

Também entendemos que múltiplos olhares e vivências são fatores essenciais para o nosso potencial criativo e para a inovação. É por meio da colaboração entre equipes cada vez mais diversas que queremos continuar provocando reflexões e emoções, buscando sempre representar na tela cada um de nossos espectadores.

Em 2022, registramos avanços importantes em nossa estratégia de diversidade e inclusão que é realizada de forma transversal em toda a companhia, com base em cinco pilares:



**1. educação** para o desenvolvimento de repertório interno no tema em uma agenda de treinamentos e sensibilizações;

**2. recrutamento** para aumentar a representatividade e a pluralidade dos nossos times;

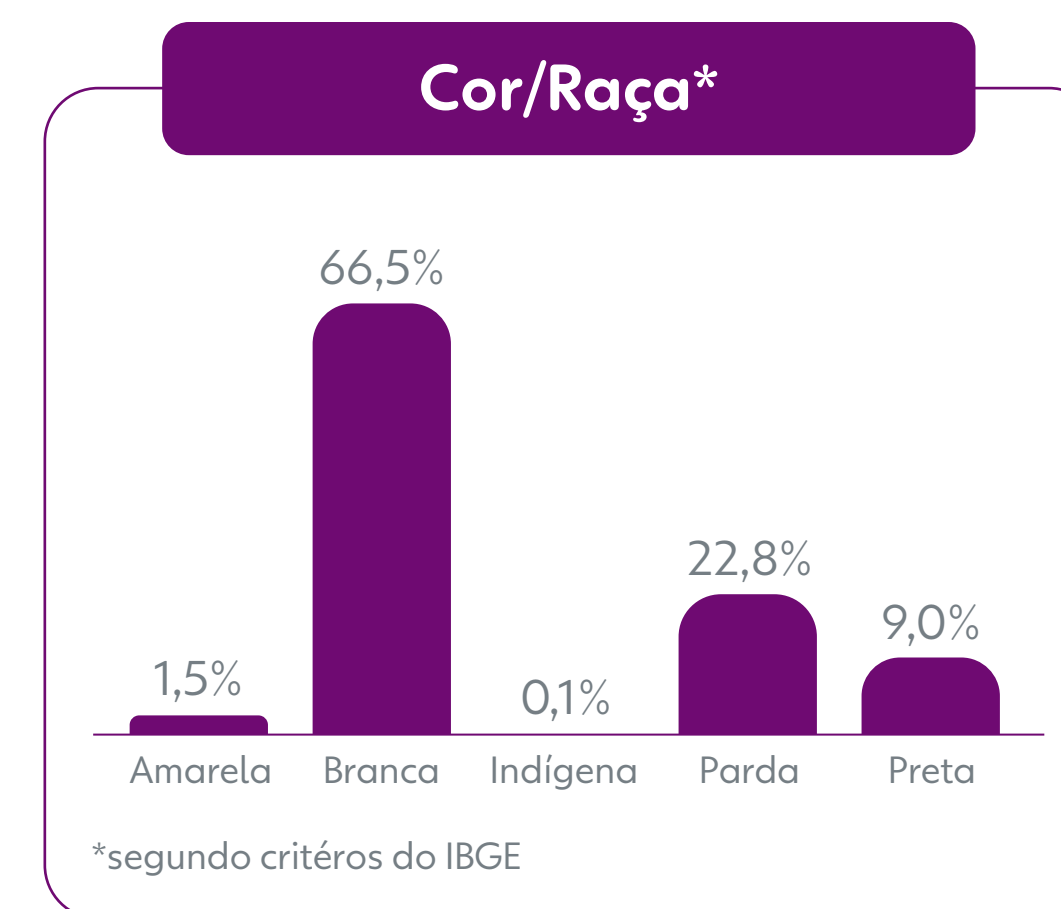
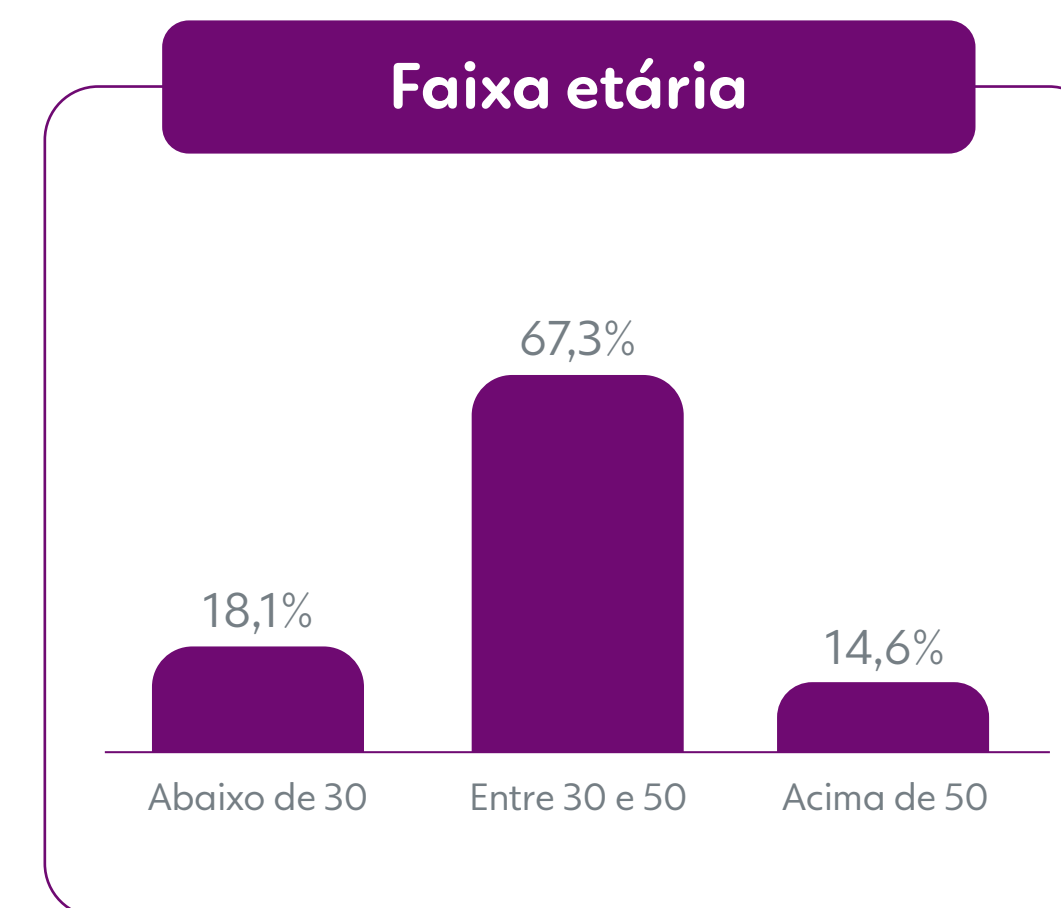
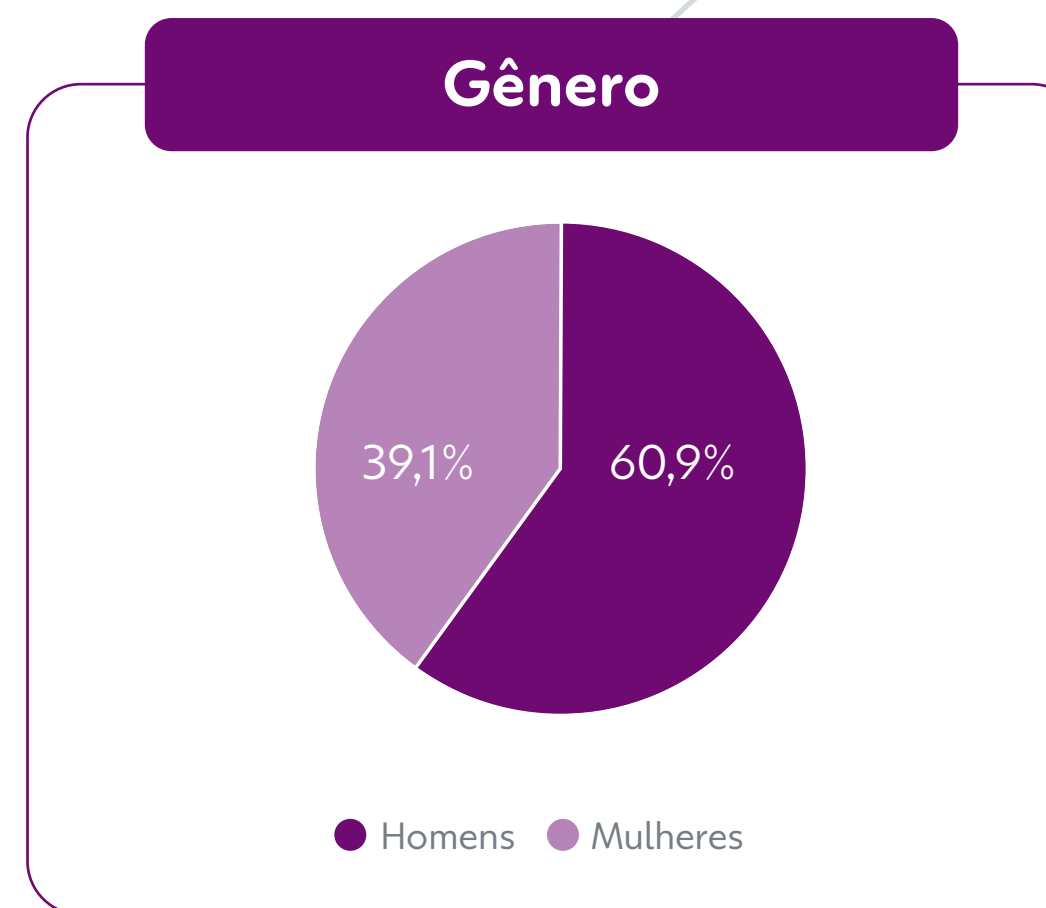
**3. grupos de afinidade** nos quais, voluntariamente, colaboradores se reúnem para debater temas identitários e propor ações;

**4. comunicação** para compartilhar com colaboradores, de forma transparente, as iniciativas internas e reforçar nosso posicionamento; e

**5. carreira** para acompanhar e desenvolver talentos diversos.

Nossas ações têm sido endereçadas com foco em quatro grupos prioritários: mulheres, pessoas negras, pessoas com deficiência e comunidade LGBTQIA+, considerando os resultados do Censo de Diversidade que realizamos em 2020 para detalhar nossa demografia interna e criar o nosso planejamento estratégico.

## Nosso time



Clique aqui

Saiba mais sobre o nosso time nos anexos:

- GRI 2-7 Empregados
- GRI 2-8 Trabalhadores que não são empregados
- GRI 405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados
- SASB SV-ME-260a.1





# Diversidade na Globo em 2022

O encontro de todos, considerando cada um.



## Carreira

Implementar ações de mapeamento e desenvolvimento de talentos para garantir linha sucessória plural

- Lançamos o projeto-piloto de mentoria;
- Foco em gerar maior exposição e oportunidade de acelerar a carreira de pessoas negras e mulheres dentro da Globo.



## Comunicação

Reforçar o compromisso e contar nossos avanços

- Compartilhamos evoluções em diversidade e inclusão com os colaboradores através de comunicações internas;
- Campanhas internas para fortalecermos os temas: Visibilidade Trans, Dia Internacional das Mulheres, Mês do Orgulho LGBTQIA+, Dia da Consciência Negra, dentre outras;
- Pesquisa de engajamento: + 90% dos colaboradores percebem as iniciativas desenvolvidas para a construção de um ambiente representativo e inclusivo



## Recrutamento

Implementar ações para o fortalecimento da marca empregadora e atração e seleção de talentos

- Em 2022, nosso recrutamento teve foco no pilar étnico-racial e em gênero;
- Programas de Portas de Entrada: 57% dos estagiários recrutados pelo Programa de Estágio são negros e 54% são mulheres; 75% dos estagiários efetivados fazem parte de grupos sub-representados priorizados pela empresa;
- 68% de efetivos recrutados dentro dos nossos pilares priorizados;
- Nossas ações de marca empregadora exclusivas para públicos sub-representados impactaram mais de 71 mil pessoas.



## Educação

Foco em sensibilização, conscientização e qualificação de repertório

- Jornada de educação com líderes e equipes tendo como temas principais: diversidade étnico-racial e de gênero
- 80% da liderança participou dos treinamentos.



### Grupos de afinidade

Nossos colaboradores se envolvem diretamente no desdobramento da estratégia de diversidade por meio de grupos voluntários. Desde 2021, contamos com o UNA, para mulheres; o GLOBUNTU, para pessoas negras; o SOMOS, para a comunidade LGBTQIA+; e o SER+, para pessoas com deficiência. Os participantes desses grupos se reúnem mensalmente para compartilhar suas vivências, expectativas e planejar ações de apoio ao plano estratégico desenhado pela área de Diversidade e Inclusão.

Em 2022, os grupos de afinidade promoveram ações juntamente com diversas áreas da Globo e levaram conteúdo e informações sobre questões raciais, de gênero, LGBTQIA+ e sobre pessoas com deficiência para mais de 10 mil pessoas.

### Orgulho LGBTQIA+

Organizado pelo SOMOS, em parceria com a área de Tecnologia e a área de Diversidade, foi um evento em comemoração ao Dia do Orgulho LGBTQIA+, que contou com rodas de conversas, conteúdos diversos e painéis para mais de 5.200 colaboradores.

### Venha ser +

Para comemorar o Dia Nacional da Luta da Pessoa com Deficiência, um evento promoveu debates e painéis para, aproximadamente, 2.400 colaboradores. A programação foi organizada pelo SER+, em parceria com a área de Tecnologia e a área de Diversidade.

### A presença negra transforma

Em novembro, no mês da Consciência Negra, uma iniciativa da GLOBUNTU, também com a área de Tecnologia e a área de Diversidade, promoveu rodas de conversa sobre como a presença negra está transformando as estruturas na Globo, nas telas e na sociedade.



“A cada dia fortalecemos nosso compromisso de valorizar a diversidade brasileira contando histórias plurais e proporcionando experiências para diferentes tipos de pessoas. Acreditamos que a busca para a representação do Brasil nas nossas equipes e o desenvolvimento de um ambiente inclusivo, sem discriminação, nos torna ainda mais inovadores e uma potência criativa, enriquecendo o dia a dia das pessoas dentro e fora das telas.”

**Kellen Julio**  
Gerente de Diversidade e Inclusão



## Lideranças como embaixadoras de diversidade e inclusão

Acreditamos que a diversidade é um vetor estratégico no desenvolvimento dos nossos recursos humanos e atuamos para garantir um ambiente de trabalho que valorize e respeite as diferenças e, para isso, o engajamento das nossas lideranças é um fator fundamental.

O Programa de Desenvolvimento de Gerentes, que pretende fortalecer o papel do líder na transformação cultural, possui um módulo sobre diversidade, que trata de um dos temas da nossa cultura que é “diversidade para somar e evoluir”. Em três dias com muito conteúdo e experiências, a iniciativa, realizada em parceria com a Fundação Dom Cabral, formou 56% da gerência da empresa. Para mais informações, consultar a [página 42](#).

Além disso, desenvolvemos e aprofundamos cada vez mais o repertório de treinamentos específicos para lideranças artísticas com foco em diversidade.

## Enfrentamento ao assédio e à discriminação

GRI 3-3| assédio e discriminação

Não toleramos nenhum tipo de discriminação, assédio ou comportamentos abusivos em nossas equipes. Promovemos iniciativas de comunicação, treinamento e conscientização sobre esses temas, com amplo suporte e engajamento da liderança. Contamos com

o apoio de consultores especializados e os conteúdos são ajustados para dialogar com as necessidades e dúvidas de cada público das diferentes áreas da empresa.

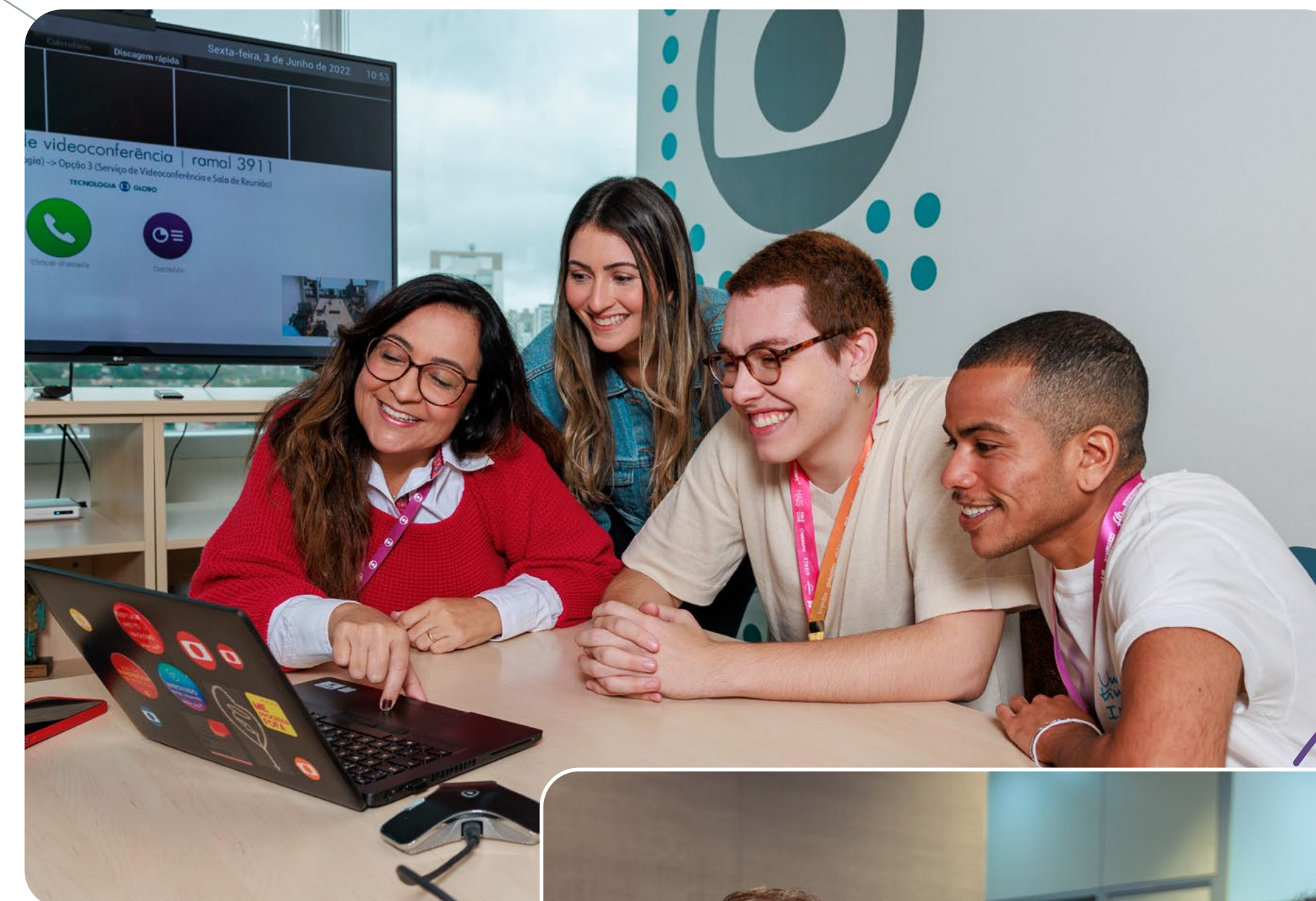
Contamos com um [Código de Ética e Conduta](#), que proíbe expressamente qualquer tipo de discriminação e assédio. Casos de violações e não conformidades podem ser reportados para a área de Compliance pelo [Canal de Ouvidoria](#), disponível 24 horas por dia, 7 dias da semana, para colaboradores, parceiros de negócios e público externo. GRI 2-26

Além de combater o assédio e a discriminação no nosso ambiente interno, abordamos a questão amplamente em nossos conteúdos de Entretenimento, Esportes e Jornalismo, de forma séria e responsável, promovendo debates e trazendo informação para a sociedade. Em 2022, não foram registrados casos de discriminação. GRI 406-1

## Equidade na remuneração

GRI 3-3| transparência e equidade na remuneração

Nossa estratégia de remuneração se baseia em dados de pesquisas de mercado para garantir a competitividade da Globo em todas as variáveis relacionadas ao conceito de remuneração total. Trabalhamos com políticas e práticas fundamentadas nos requisitos da função e no desempenho do colaborador, independentemente de marcadores identitários.



## Diversidade nos times criativos

Chegar no resultado apresentado nas telas é, também, reflexo de uma equipe criativa diversa e com visão de mundo ampliada nos bastidores. Empenhados com nossos compromissos estratégicos e para nos ajudar nesse caminho de múltiplos olhares e narrativas, em 2022, a área de gestão de criadores atuou ativamente na construção de equipes com maior número de criativos negros, indígenas, LGBTQIA+, mulheres e pessoas com deficiência.

As novelas e séries da **Globo** e do **Globoplay** tiveram um aumento de criadores diversos com destaque para o crescimento de liderança feminina nas salas criativas na maioria das produções lançadas em 2022.

Nos Estúdios Globo, entendemos que reconhecer e ampliar a presença de pessoas diversas nas equipes é o caminho da transformação, sobretudo nas funções de direção e assistente de direção. São esses olhares que apontam, através das imagens, a criação de imaginários, novos significados culturais e novas histórias, dando dimensões dessa pluralidade ao público que assiste.

Para nos ajudar nesse caminho de múltiplos olhares e narrativas, conseguimos trazer talentos de grupos sub-representados e dar destaque às suas vivências e desejos. Podemos citar a diretora Mayara Aguiar, que percorreu um caminho de desenvolvimento de carreira na Globo, iniciando como assistente de estúdio. Em 2022, assumiu a direção da novela **Cara**

e **Coragem**, produção protagonizada por um elenco negro. Nessa mesma perspectiva, também tivemos outras pessoas negras contribuindo com os seus olhares em **Mar do Sertão**.

Outro destaque é Nathalia Santos, assistente de direção, mulher negra e com deficiência visual que contribuiu de forma significativa para o desenvolvimento artístico da direção de **Todas as Flores**. Ela conseguiu fazer um mergulho profundo no texto de João Emanuel e auxiliar a direção artística na composição realista dos personagens e das situações vivenciadas por quem tem deficiência visual.

A presença de Nathalia na equipe trouxe enorme aprendizado. Uma das adaptações realizadas foi a atualização das plantas dos cenários que foram produzidas também em alto relevo, facilitando o entendimento da profissional e aumentando o seu campo de atuação.

Na série **Encantado's**, tivemos a oportunidade de construir uma trilha de desenvolvimento de uma assistente de direção negra que atuou como diretora da série.

O sucesso **Detetives do Prédio Azul - D.P.A.**, no canal **Gloob**, além de garantir uma equipe diversa nas telas, é um projeto liderado por mulheres. Na temporada deste ano, a direção também foi composta por mulheres.

Também vale destacar o programa **Humor Negro**, no canal **Multishow**, que conta com participação técnica negra e indígena nos

mais diversos cargos como direção, direção de fotografia, direção de arte e roteiro. Sem esquecer do elenco, também bastante diverso.

A repaginação do **Encontro** abriu novas oportunidades de vagas na equipe, que foram preenchidas por diretores, roteiristas e produtores de conteúdo negros, além de uma roteirista trans. A equipe do **É de Casa** foi impactada com a mudança e ganhou três produtores de conteúdo negros.

Para o **Pipoca da Ivete**, além da diversidade racial, trouxemos liderança feminina para



a redação final e uma roteirista 60+, reforçando que equidade de gênero e profissionais de diferentes gerações nas equipes contribuem para a construção de um conteúdo em sintonia com a sociedade.

No **Especial Movimento LED**, a equipe criativa foi liderada por mulheres - direção geral, roteiro e produção de conteúdo.

Para a transmissão do **Rock In Rio**, a equipe de criação foi, majoritariamente, feminina, nas funções de roteirista, pesquisadora, produtoras de conteúdo e assistentes de direção.

O festival **Afropunk Bahia**, transmitido na TV aberta e no **Multishow**, também contou em sua equipe com talentos femininos e negros. Já no clássico **Especial Roberto Carlos**, a direção geral foi realizada por uma mulher.

O **Papo de Segunda** também é exemplo de programa que trouxe diversidade racial e lideranças femininas em sua equipe dentro e fora das telas.



# diversidade de vivências sociais no conteúdo

Sabemos do nosso potencial para impactar e nos conectar com o público, ao provocarmos um sentimento de identidade e pertencimento. Os canais, plataformas e estúdios produzem e distribuem o universo em que o brasileiro se vê, se reconhece e se inspira.

Desenvolvemos iniciativas internas e externas de fomento à maior representatividade de grupos sub-representados nas telas. Acreditamos que o nosso compromisso com a diversidade precisa também ser retratado em tudo que produzimos.

No Jornalismo, por exemplo, dedicamos um espaço cada vez maior à diversidade, inclusão e combate à discriminação, ao ampliarmos o elenco para termos mais representatividade. As diferenças regionais também são valorizadas, trazendo para os nossos jornais de rede a regionalidade de um país diverso. Essa pluralidade permite que as pessoas se vejam em nossas telas, reconhecimento importante tanto quanto o fomento ao debate sobre diversidade.

Fazemos um esforço permanente de desenvolvimento de novelas, séries e especiais que tragam personagens de destaque dos grupos sub-representados e que reforcem suas vivências.

Nesse sentido, a diversidade LGBTQIA+ foi representada em diversas produções da **TV Globo** ao longo do ano. A novela **Cara e Coragem**, por exemplo, apresentou o personagem Hugo (Rafael Teophilo), que viveu uma história de amor com Enzo (Pablo Sanabio). Já em **Um Lugar ao Sol**, a personagem Ilana (Mariana Lima) se apaixona pela médica Gabriela (Natália Lage). E, em **Travessia**, pela primeira vez na história da dramaturgia da Globo, foi abordado o tema assexualidade através dos personagens Caique (Thiago Fragoso) e Rudá (Guilherme Cabral).

Na série **Encantado's**, o elenco é formado, majoritariamente, por personagens negros, incluindo a dupla de protagonistas, Eraldo e Olímpia. Há, também, um contorno de diversidade LGBTQIA+ pela presença assídua do coadjuvante Celso Tadeu, um locutor gay.

Em **Sob Pressão**, as discussões sobre gênero, casamento homoafetivo e representatividade negra também ganharam espaço.

A 2ª temporada da série de comédia **Cine Holliúdy** traz uma linguagem característica das regiões Norte e Nordeste, com diversas referências ao estado do Ceará. A representatividade LGBTQIA+ está no papel de Jujuba, que se assume gay para toda a cidade em um concurso de dança.

O humorístico **Central de Bicos**, destaque do **Multishow**, conta as desventuras vividas por personagens das periferias, permitindo grande identificação para a população de classe C e D.

No mesmo canal, a série **O Dono do Lar** é protagonizada por uma família interracial.

Ainda no **Multishow**, a quarta temporada de **Bugados** debateu a inclusão de pessoas com deficiência quando uma nova personagem, a Paty, que é cadeirante, é inserida na aventura e na diversão de forma orgânica. Já o **Esquadrão Bizarro**, um dos primeiros IPs licenciados do canal, conta com um elenco diverso composto por protagonistas negros e amarelos.



# capacitação de talentos artísticos

## Lanani 2022

O Laboratório de Narrativas Negras e Indígenas para o audiovisual, parceria com a FLUP, que está em sua 6ª edição, promove o acesso de roteiristas negros e indígenas ao mercado audiovisual.

## Imersão Estúdios Globo

Parceria com o Festival de Cinema Negro Mahomed Bamba, com a seleção de realizadores de vários estados, finalistas do concurso de curtas de 1 minuto, a iniciativa promove conversas com executivos e criativos da Globo, além da vivência de bastidores.

## Letramento racial

A terceira ação de uma série de conteúdos ligados à representação e imaginário de pessoas negras nas telas buscou ampliar o vocabulário e o entendimento das questões raciais para potencializar narrativas que enxerguem este grupo historicamente discriminado como potencial cultural e plural.

## Letramento de pessoas com deficiência

Encontros para análise sobre como personagens com deficiência são historicamente representados no audiovisual, propondo novas formas de produção mais atualizadas e não estigmatizadas.

## Cases nas telas

### Novela **Todas as Flores**

A deficiência visual foi o eixo temático de oficinas que incluíram uma mesa redonda com personagens da vida real, um jantar sensorial e um estudo de caso sobre uma formação para pessoas com deficiência visual ou baixa visão no mercado de perfumaria. A ação impactou o *casting* da novela, com a inclusão de um núcleo de personagens.

### Série **Encantado's**

Em 2022, tivemos o lançamento, no **Globoplay**, da série original **Encantado's**, criada por Thais Pontes e Renata Andrade, como resultado de uma oficina de humor para autores negros e periféricos realizada em 2018.



compromisso

# #3 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.



[conversa com a liderança](#)

[destaques do ano](#)

[na globo](#)

[#1 impacto social do conteúdo](#)

[#2 diversidade & inclusão](#)

[#3 desenvolvimento & bem-estar dos colaboradores](#)

[#4 biodiversidade & consciência ambiental](#)

[#5 governança transparente & responsável](#)

[#6 educação como vetor de transformação do país](#)

[sobre este relatório](#)

[ambições e metas](#)

[anexos](#)



### • Como fazemos isso?

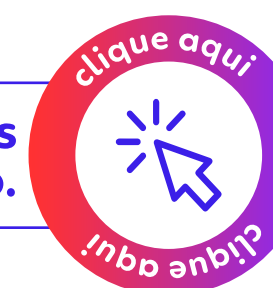
- Incentivando e apoiando a educação continuada de nossos colaboradores.
- Zelando pela equidade de oportunidades no desenvolvimento de carreiras.
- Fortalecendo nosso programa que cuida da saúde e do bem-estar de quem faz a nossa empresa.

### Nossas ambições 2030

- Seremos reconhecidos pelas oportunidades de desenvolvimento contínuo e inclusivo que oferecemos a quem trabalha conosco.
- Oferecemos oportunidades de desenvolvimento que vão além do foco profissional, formando melhores cidadãos para a sociedade.

- Seremos reconhecidos como uma empresa com ambiente de trabalho que zela pela saúde mental e qualidade de vida.
- Seremos uma empresa que preza, ainda mais, por uma cultura de segurança do trabalho.
- Seremos uma empresa que contribui para combater a desigualdade social do Brasil ao zelar pelas melhores condições de trabalho para os colaboradores e a cadeia de terceiros/fornecedores.

Conheça as metas relacionadas a este compromisso.





# desenvolvimento contínuo além do foco profissional

GRI 3-3 | desenvolvimento dos colaboradores | GRI 404-2

Acreditamos na importância de valorizar as pessoas e nos empenhamos para investir em iniciativas que tragam benefícios tanto para a evolução pessoal do colaborador como para sua atuação profissional.

Fazemos isso por meio do incentivo contínuo ao desenvolvimento de cada um:

- disponibilizamos mais de 1.000 conteúdos em nossa plataforma *online* Academias Globo, abordando temas como Segurança Psicológica, Diálogos Abertos, Carreira, Comunicação Não Violenta, Escuta Empática, *Storytelling* de Dados, entre outros;
- em 2022, alcançamos com nossas ações de desenvolvimento (Academias de Liderança, Equipes, Digital, Técnicas, Milhas do Conhecimento e ações personalizadas), que levam em conta as necessidades do negócio e as tendências do mercado, 75% do nosso quadro (94% das lideranças e 70% do nível equipe) em, pelo menos, uma iniciativa. Houve um consumo médio de 13,5 horas por colaborador. GRI 404-1



Saiba mais nos anexos:

- 404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado
- 404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira



“Há um direcionamento estratégico muito claro em Recursos Humanos que evidencia nosso foco em impulsionar a transformação do negócio, por meio da estratégia de pessoas, tornando a Globo cada vez mais diversa e atrativa para talentos internos e externos, cultivando o orgulho em se manter relevante para a sociedade brasileira, com estímulo à aprendizagem contínua em um ambiente de protagonismo. A agenda ESG é mais um impulsionador dessa estratégia.”

**Carolina Vaz Moreira**  
Coordenadora de Gestão de Talentos

**+ 1000 conteúdos disponíveis no Academias Globo, on demand, para desenvolvimento de diversas habilidades de acordo com interesses pessoais e profissionais**

# escuta ativa dos colaboradores

GRI 2-29 | GRI 3-3 | diálogo com stakeholder

Prezamos pela escuta de nossos colaboradores. Por isso, a área de Recursos Humanos tem diversos canais de comunicação e troca com esse público. São eles: a Comunicação Interna e Endomarketing e a Central de Recursos Humanos.

A área de Comunicação Interna e Endomarketing comunica e engaja os colaboradores em torno de informações e diretrizes de negócio, de produtos, da marca, da cultura e do nosso dia a dia. Os canais de comunicação com os colaboradores são plurais, informativos e interativos, permitindo a troca entre pessoas de diferentes áreas e localidades. Além disso, a área também é responsável por liderar a Pesquisa de Engajamento, ferramenta-chave na escuta dos nossos colaboradores.

A Pesquisa de Engajamento é realizada por uma empresa externa para garantir a confidencialidade e a confiabilidade no processo. Ela mede, semestralmente, o nível de engajamento dos nossos colaboradores.

Em 2022, com 94% de respondentes, crescemos 4 pontos percentuais<sup>1</sup> no resultado geral da pesquisa, alcançando 74% de favorabilidade média<sup>2</sup>. Alguns resultados:

- **88% dos colaboradores se orgulham de trabalhar na Globo;**
- **76% acreditam que a empresa contribui para seu aprendizado e desenvolvimento; e**
- **com a maior nota, 90% percebem as nossas iniciativas para construir um ambiente diverso.**

A Central de Recursos Humanos tem como principais objetivos prestar um atendimento encantador e eficiente para resolver qualquer necessidade de temas relacionados ao RH, solucionar as questões no primeiro contato e oferecer um atendimento *one to one*, de forma cuidadosa, garantindo uma experiência positiva. A Central atende aos colaboradores e ex-colaboradores da Globo de todo o Brasil, de segunda a sexta, de 9h às 20h, por telefone, e-mail e de forma presencial.

<sup>1</sup> Crescimento apontado entre a pesquisa de engajamento de maio e a de novembro de 2022.

<sup>2</sup> favorabilidade média é composta pelo percentual de colaboradores que respondem as questões por meio da Escala Likert de forma positiva (em uma escala de 1-5, são aqueles que respondem 4 ou 5).



## Formação e capacitação de lideranças

Lançamos, em 2022, o Programa de Desenvolvimento de Gerentes, em parceria com a Fundação Dom Cabral: um treinamento de 20h que tem por objetivo fortalecer a liderança para acelerar a transformação cultural. No ano, 322 gerentes (56% do quadro desse público) participaram deste treinamento. O programa tratou de temas como colaboração, segurança psicológica, gestão para a diversidade, comunicação aberta e transparente, entre outros.

Já o Programa de Mentoria, também lançado em 2022, tem como foco impulsionar o desenvolvimento de líderes da Globo, utilizando os conhecimentos dos próprios colaboradores para promover, cada vez mais, uma aprendizagem coletiva e fortalecer o *networking*. O programa focou em três públicos: liderança, mulheres e pessoas negras. Os programas voltados para mulheres e pessoas negras têm foco no impulsionamento de carreira, a fim de aumentar a representatividade desses públicos na liderança da Globo. Neste primeiro ciclo, foram contemplados um total de 75 mentores e 101 mentorados.

## Gestão de desempenho e carreira

Em 2022, o Programa de Gestão de Desempenho foi implementado para toda a liderança elegível da Globo, com 94% de adesão, representando um total de 1.868 líderes de todas as 12 diretorias executivas. A iniciativa envolve processos de avaliação de desempenho, sessão de calibragem e comitê de discussão de pessoas. O modelo está estruturado para apoiar a tomada de decisão estratégica com foco em performance (metas individuais) e 10 comportamentos que impulsionam a cultura desejada. Com isso, estimulamos o protagonismo individual, possibilitando que cada colaborador possa trilhar os caminhos necessários para alcançar seus objetivos profissionais e pessoais dentro da organização. **GRI 404-3**

# zelamos pela qualidade de vida e segurança do trabalho

GRI 3-3 | saúde e bem-estar dos colaboradores

Saúde e segurança são prioridades que norteiam as decisões que tomamos. Evidenciamos esse pilar por meio de ações que fomentam a promoção da saúde, mudanças de hábitos e a importância da prevenção de doenças. Elaboramos ações focadas na prevenção de acidentes, além da promoção da segurança física dentro e fora do ambiente de trabalho.

Temos uma estrutura de apoio a pessoas, com funcionamento 24 horas nos 7 dias da semana, com objetivo de viabilizar suporte e soluções nos mais diferentes e complexos cenários biopsicossociais, para os nossos colaboradores e seus dependentes. Temos uma atuação diferenciada em saúde assistencial, disponibilizando plano de saúde para os colaboradores e dependentes e suporte promovido pelo time de Apoio a Pessoas para casos de saúde e gerenciamento de crises.

Em 2022, foi realizada uma campanha de vacinação contra a gripe que atendeu um total de 13.874 pessoas entre colaboradores e dependentes; foram realizadas 16.095 consultas ocupacionais entre admissionais, demissionais,

retorno ao trabalho, periódico, medicina do viajante e afastamentos. A equipe médica disponível nos locais de trabalho realizou 1.005 atendimentos de urgência, sendo 945 assistenciais e 60 emergenciais.

Mantivemos o protocolo para covid-19, que passou por algumas revisões ao longo de 2022, para se adequar a cada novo cenário da pandemia, com orientação de infectologista e equipe médica da Globo. Disponibilizamos estrutura interna para realização de testes em assintomáticos, visando manter a rotina de produção com a segurança necessária. Prestamos suporte com atendimento 24h, todos os dias, para reporte de sintomas, realização de teste RT|PCR em pacientes sintomáticos ou que tiveram contato com positivados, com acompanhamento por profissionais de saúde e monitoramento dos sintomas até a alta médica.

Em 2022, o Programa Suporte Covid realizou 64.890 testes em assintomáticos nas produções e 7.345 testes em sintomáticos. GRI 403-6



# É mais que benefício, é cuidado. É ficar De Boa.

O nosso Programa De Boa proporciona experiências com o objetivo de despertar no colaborador o compromisso com o bem-estar pessoal e coletivo, por meio de ações presenciais e virtuais no âmbito de saúde, bem-estar, segurança do trabalho, social e financeiro. Temos uma agenda anual de atividades, campanhas, eventos e treinamentos. Por meio dessas ações, a Globo maximiza o engajamento e a produtividade, além de dar prioridade para a saúde física e emocional dos colaboradores.



## De Boa com a saúde

Prevenção como importante *drive* na promoção da saúde.



## De Boa para fazer o bem

Mobilização coletiva, conectando colaboradores e sociedade.



## De Boa para sua conveniência & financeiro

Facilidades oferecidas para descomplicar a rotina do dia a dia, além de ampla rede de descontos.



## De Boa com o bem-estar

Bem-estar físico e emocional, desenvolvendo habilidades para lidar com as emoções do dia a dia.



## De Boa com a segurança

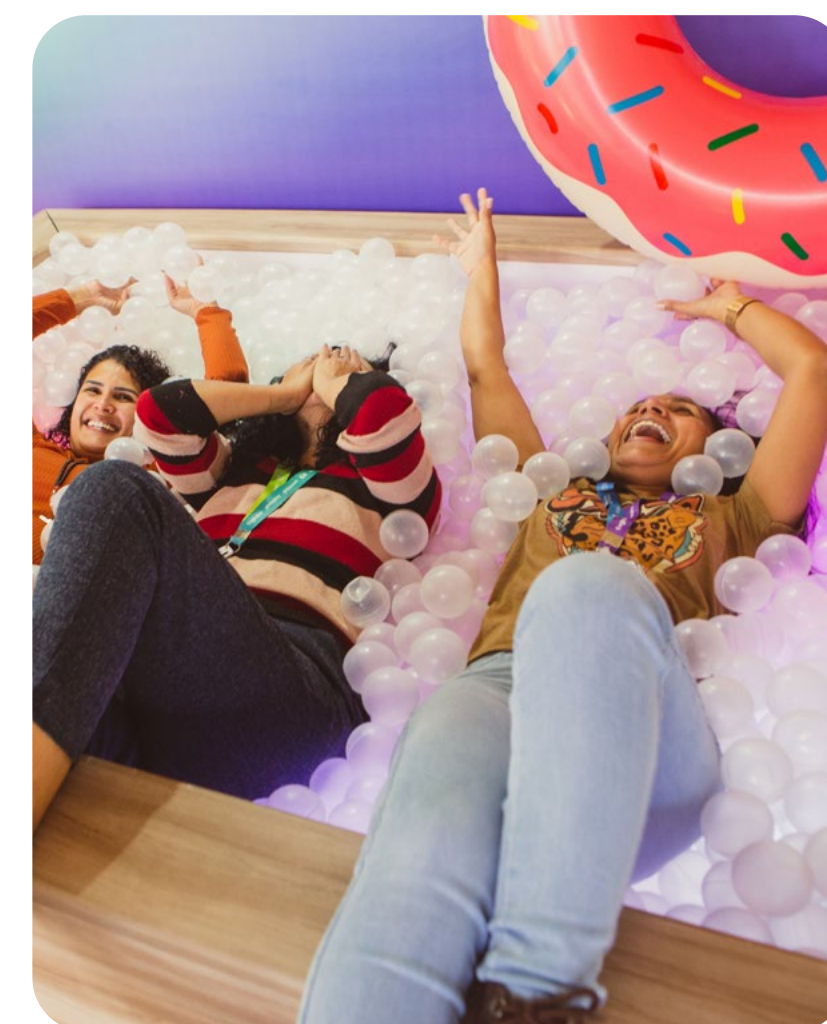
Segurança e prevenção de acidentes dentro e fora do ambiente de trabalho.



Em 2022, fortalecemos nosso programa de saúde e bem-estar e estimulamos a aproximação dos nossos colaboradores com iniciativas sociais. O De Boa contou com um calendário voltado à realização de iniciativas e ações alinhadas à cultura e à estratégia da Globo, buscando alavancar, ainda mais, o sentimento de orgulho em pertencer, satisfazendo o nosso compromisso 3, estimulando cada vez mais o conceito de autocuidado e dando protagonismo aos pilares do programa. Foram realizadas diversas ações dentro e fora da empresa, como por exemplo, ampliação da quantidade de espaços de bem-estar, atuação em grandes eventos com ambientes de desconpressão, promoção de *lives* com especialistas e talentos Globo, ações de saúde, semana do bem-estar, além de campanhas internas proporcionando empoderamento dos colaboradores sobre aspectos relacionados à sua qualidade de vida.

Através do pilar De Boa para sua conveniência & financeiro buscamos proporcionar aos nossos colaboradores a facilidade de conciliar o bem-estar no trabalho com as necessidades pessoais. Disponibilizamos novos descontos exclusivos na plataforma de parcerias da Globo, na qual temos ampla rede de convênios em diferentes segmentos e localidades.

Disseminando a cultura de segurança para todos, o De Boa com a segurança proporcionou bate-papos sobre percepção de risco, campanhas de segurança no trânsito e promoção da cultura de prevenção de acidentes, com ações de conscientização ao longo de todo o ano.



### Ainda mais benefícios

Considerando a ambição e a consciência crescente da empresa e dos colaboradores sobre *wellbeing*, ampliamos nosso pacote de benefícios, visando dar ferramentas e estimular o bem-estar físico e emocional.

Disponibilizamos para os colaboradores e dependentes uma plataforma de atividade física com foco na qualidade de vida, saúde e bem-estar que facilita o acesso a ampla rede, com mais de 50 mil academias e estúdios, mais de 700 atividades e diversos aplicativos que incentivam a prática de exercícios e a adoção de uma rotina equilibrada e saudável.

Pensando na saúde e bem-estar emocional, disponibilizamos uma solução inovadora que proporciona terapias *online* de forma gratuita para os colaboradores. Esse programa avalia e entrega um atendimento personalizado, que pode incluir sessões de terapia individual, sessões em grupo, conteúdos sob demanda e avaliações contínuas para dar suporte aos colaboradores na sua jornada de autocuidado emocional.

Lançamos, também, o benefício “Dia Livre”, que é um dia de folga, de livre escolha, para que nossos colaboradores possam celebrar o dia do seu aniversário.

## Saúde e segurança do trabalho

Monitoramos os requisitos legais de Saúde e Segurança através de um banco de dados customizado com uma coletânea de Legislações Federais, Estaduais e Municipais que são aplicáveis ao nosso negócio. **GRI 403-1**

Nossos funcionários participam da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), que tem o objetivo de atuar na prevenção de acidentes e doenças decorrentes do trabalho.

Contamos, também, com um Comitê Executivo de Segurança, composto de líderes de cada área operacional, com a função de estruturar, definir e integrar as áreas com as políticas, regras e procedimentos da empresa. **GRI 403-4**

Com foco em fortalecer a cultura de segurança, realizamos treinamentos para capacitar os nossos colaboradores para realizarem suas atividades de forma segura. As capacitações ocorrem para todos os níveis hierárquicos e são ofertadas de forma gratuita, durante o horário de trabalho. **GRI 403-5**

## Avaliação de riscos **GRI 403-2**

Nossa área de segurança do trabalho atua de forma preventivista dando apoio a todas as produções, internas e externas, assim como em grandes eventos, de forma a minimizar qualquer risco envolvido nas atividades. **GRI 403-7**

Dentre as ferramentas de avaliações de riscos, destaca-se o Programa de Gerenciamento de Riscos (PGR), que é a materialização do processo de Gerenciamento de Riscos Ocupacionais.

Além disso, mapeamos os riscos de Saúde e Segurança do Trabalho nos ambientes específicos da Globo e emitimos recomendações quando necessário. Em situações de desvios ou acidentes, realizamos investigações das ocorrências com objetivo de identificar as causas raízes e, a partir disso, elaborar planos de ações a fim de mitigá-las.

Juntamente com a elaboração do PGR, aplicamos os exames complementares dentro do Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO) para prevenção, diagnóstico, controle e mitigação dos riscos ocupacionais relacionados às atividades.

Em relação aos trabalhadores terceirizados que executam atividades dentro da Globo, temos uma plataforma para gerenciamento de documentação das empresas responsáveis por estes profissionais, monitorada mensalmente, com gestão de indicadores e cumprimento do atendimento às legislações aplicáveis. **GRI 403-3**





# respeito às condições de trabalho e aos direitos humanos

GRI 3-3 | direitos trabalhistas | direitos humanos

Estamos alinhados com práticas empresariais que promovem os direitos humanos, em atendimento à Constituição e aos tratados internacionais dos quais o Brasil é signatário, tais como a Declaração Universal dos Direitos Humanos e a Convenção Americana sobre Direitos Humanos (Pacto de São José da Costa Rica).

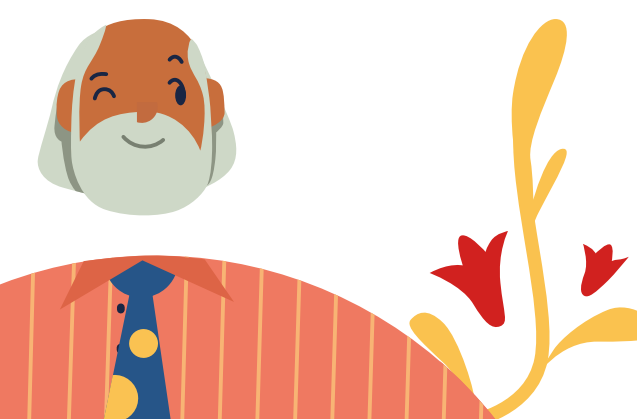
O respeito às leis trabalhistas e à condições de trabalho do nosso time são uma prioridade.

Atualmente, nos relacionamos com mais de 20 sindicatos patronais e laborais e, em 2022, negociamos mais de 30 convenções e acordos coletivos de trabalho.

Além disso, a Globo é associada aos sindicatos empresariais nas cinco praças em que atua diretamente. [GRI 2-30 | GRI 407-1](#)

Garantimos a proteção de crianças e jovens menores de 18 anos envolvidos em performance artística, com, por exemplo, a exigência de supervisão, continuidade da educação de acordo com as condições legais locais, limites ao número de horas em gravação e apoio psicológico para celebridades infantis. [GRI 408-1](#)

Todos os fornecedores terceirizados ativos, com contrato de prestação de serviços, têm suas obrigações trabalhistas e de saúde e segurança monitoradas mensalmente para que os direitos dos terceiros sejam integralmente cumpridos. [GRI 409-1](#)



compromisso

# #4 biodiversidade & consciência ambiental

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



conversa com a liderança

destaques do ano

na globo

#1 impacto social do conteúdo

#2 diversidade & inclusão

#3 desenvolvimento & bem-estar dos colaboradores

#4 biodiversidade & consciência ambiental

#5 governança transparente & responsável

#6 educação como vetor de transformação do país

sobre este relatório

ambições e metas

anexos





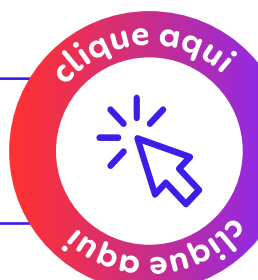
### Como fazemos isso?

- Empregando as melhores práticas ambientais em nossas operações, principalmente, nas temáticas de utilização racional de água, consumo de energia renovável, gestão de resíduos e redução de emissões de gases de efeito estufa.
- Incentivando nossa cadeia de fornecedores a aprimorar as suas gestões ambientais.
- Produzindo conteúdos e apoiando ações que sensibilizem e engajem a sociedade em uma relação de respeito, interdependência e valorização do meio ambiente.

### Nossas ambições 2030

- Buscaremos, incansavelmente, a inovação para consumir cada vez menos recursos naturais.
- Realizaremos uma redução ambiciosa das emissões e dos resíduos de nossas operações.
- Promoveremos a cultura de inovação e gestão para a sustentabilidade ambiental de forma transversal em toda a empresa.
- Estimularemos nossos fornecedores e parceiros a inovarem para uma melhor gestão socioambiental, de forma estruturada em nossos processos e relações.
- Teremos uma estratégia corporativa de fomento e inspiração para criações de conteúdos e ações de sensibilização da temática ambiental.

Conheça as metas relacionadas a este compromisso.



# inovação para reduzir impactos

A preservação do meio ambiente é um tema prioritário para o time Globo. Para nós, é fundamental investir em um futuro melhor e criar oportunidades para que indivíduos e comunidades colaborem com a vida. A conservação da biodiversidade é parte significativa dessa missão.

Todas as nossas operações são regidas pela nossa [Política Ambiental](#), que regulamenta o nosso compromisso com a sustentabilidade. Ela foi implementada em 2018 e revisada em 2022 para maior aderência aos compromissos estabelecidos na Agenda ESG 2030. As boas práticas ambientais também são estimuladas em toda a cadeia de fornecedores. O Guia Ambiental de Suprimentos, projeto-piloto dentro da área de Operação e Gestão Ambiental, traz recomendações e critérios para avaliar esses quesitos, priorizando fornecedores que adotam práticas sustentáveis em seus negócios.

GRI 3-3 | impacto ambiental de fornecedores

Nossas ações ambientais estão estruturadas em seis pilares: economia circular, mudanças climáticas, biodiversidade, recursos naturais, cultura ambiental e conformidade legal.

## Gestão ambiental

### Mudanças climáticas e recursos naturais

GRI 3-3 | gases de efeito estufa | gestão de energia | gestão de água

Mesmo sendo uma indústria de baixa emissão, na qual os principais impactos diretos estão relacionados basicamente aos gases de refrigeração e à utilização de geradores e veículos, acreditamos na colaboração de todos para alcançar um objetivo maior. Alinhada ao compromisso brasileiro no Acordo de Paris, que estabelece o ano de 2030 como data alvo para atingir as metas de redução das emissões de gases de efeito estufa, somos uma empresa neutra em carbono desde 2019.

Mas, para o nosso time, neutralizar emissões é só um dos caminhos. Queremos resultados melhores. Desde 2019, implementamos diversas iniciativas e projetos para a redução das emissões. Anunciamos, em 2022, uma meta pública de redução de 30% das emissões absolutas até 2030. A meta tem como base as emissões totais de 2019, que foram de 20.595 tCO<sub>2</sub>e (toneladas de carbono equivalente). Este compromisso se refere às emissões diretas (Escopos 1 e 2) e às emissões indiretas (Escopo 3), no intuito de influenciar toda a cadeia de valor em torno da agenda de descarbonização. Em 2022, registramos redução de 6.250,43 tCO<sub>2</sub> equivalente, com relação ao ano base 2019, nos escopos 1, 2 e 3. GRI 305-5

Um dos projetos que vai contribuir para o alcance dessa meta é a mudança do modelo operacional das produções ao vivo dos Estúdios Globo, incluindo *nobreaks* em nossas instalações

que servirão como “baterias” em caso de falta de energia da concessionária, deixando a utilização de geradores apenas para os momentos de falta prolongada de energia durante as transmissões de nossos programas ao vivo. A implantação dos equipamentos começou em 2022 e deve seguir até 2026, em um investimento de mais de R\$ 10 milhões, que deve evitar a emissão de 323 tCO<sub>2</sub> anuais.



“A Globo está em busca contínua de inovação e melhores práticas ambientais para tornar suas operações mais sustentáveis quanto ao uso de recursos naturais e sermos menos dependentes do carbono. Nosso propósito é genuíno e nossa atuação se divide em três frentes: operações, parceiros e conteúdo. Queremos dar o exemplo, influenciando positivamente toda nossa cadeia produtiva, colaboradores e nossos espectadores, nossa sociedade. Entendemos nosso papel de protagonismo e a nossa responsabilidade em implementar essa agenda e, com isso, ajudar a salvar o nosso planeta.”

**Mauricio Gonzalez**  
Diretor do Centro de Serviços Compartilhados

## Inovar e preservar

**Neutra em carbono desde 2019**

Redução de 30% das emissões até 2030

Aproximadamente **97%** da matriz energética **renovável**

Veículos próprios abastecidos **apenas com etanol**

Investimento em equipamentos para evitar a emissão de 323 tCO<sub>2</sub> anuais até 2026



Já em relação ao consumo de combustível dos veículos próprios, desde 2019, temos uma política de abastecimento exclusivamente com etanol em toda a frota híbrida (flex) e estamos trabalhando para adequar os demais veículos. Ainda como parte da mitigação de emissões de Escopo 1, iniciamos um projeto piloto para a recuperação e a reciclagem de gases de refrigeração, no intuito de reduzir em até 80% o volume de gases desprendidos na atmosfera em nossa operação até 2030, com base nos valores de 2019.

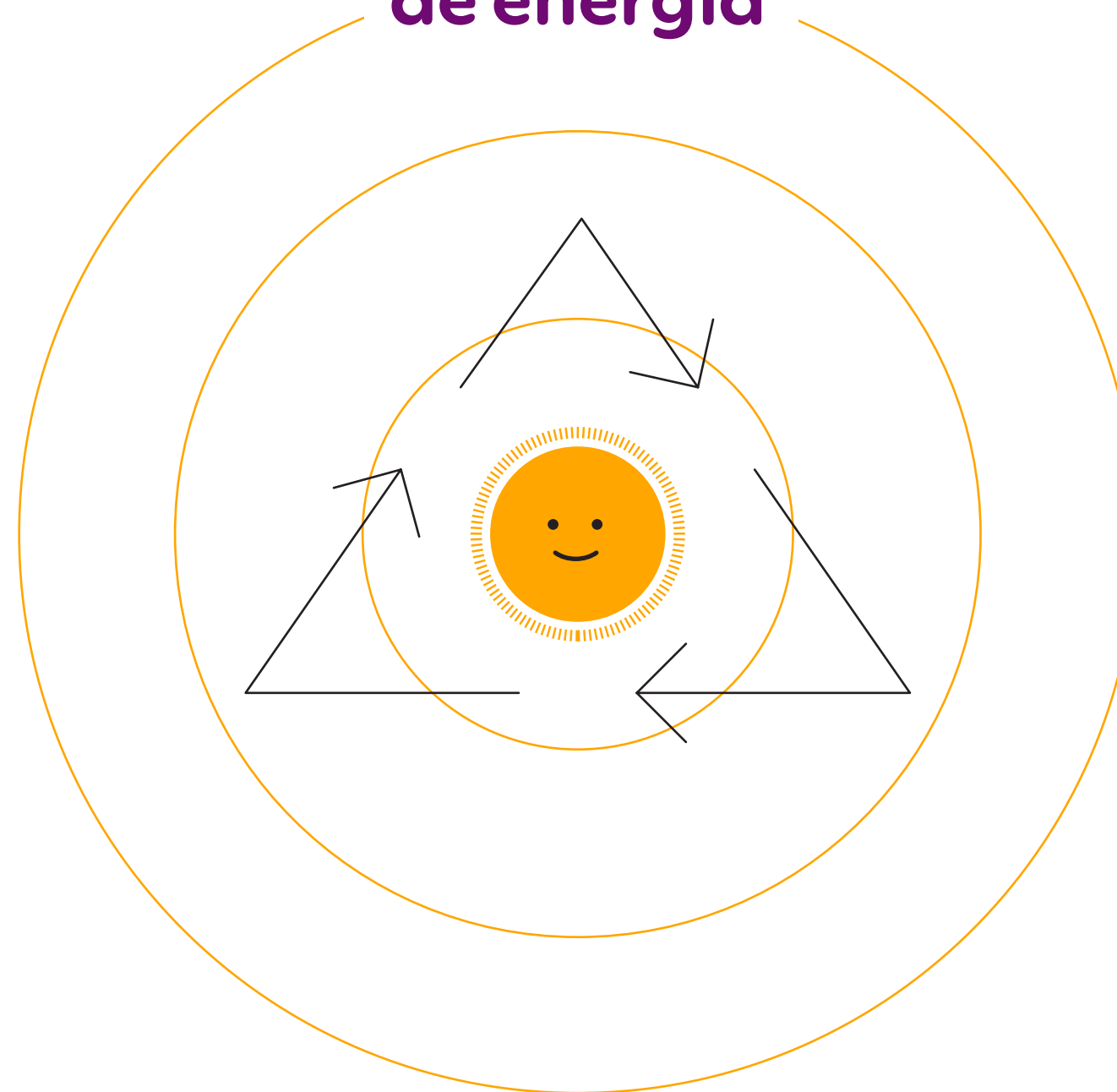
Todos os nossos inventários de gases de efeito estufa, realizados desde 2019, são auditados pela Ernst & Young e pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Em 2022, publicamos os Inventários de Carbono no Registro Público de Emissões, referentes aos anos de 2019, 2020 e 2021, com reconhecimento Selo Ouro, o mais alto nível de transparência e credibilidade. Somos a primeira empresa brasileira do setor de mídia e comunicação a receber esse reconhecimento.

Já sobre o consumo de energia, em 2022, a Globo teve, aproximadamente, 97% da matriz energética proveniente de fontes renováveis. Temos o compromisso de chegar a 100% das nossas instalações fixas sendo abastecidas com energia de fonte renovável até 2030. O atingimento dessa meta passa pela atuação ativa da empresa no mercado de energia elétrica do país, buscando soluções sustentáveis para o consumo de energia de nossas instalações, incluindo ações de eficiência energética. Sobre o consumo total de energia fora da organização<sup>1</sup>, finalizamos 2022 em 16.090.986 GJ. GRI 302-2

Mais de 1,3 MWp de potência são gerados a partir de plantas fotovoltaicas *onsite*, o equivalente ao consumo de, aproximadamente, 630 residências médias brasileiras. Para evoluir esse potencial, uma das ações é a contratação de usinas de geração fotovoltaicas na modalidade de autoconsumo remoto para atendimento às unidades Globo alimentadas em baixa tensão. Em 2022, as usinas que abastecem as sedes do Rio de Janeiro e de Pernambuco entraram em operação. No início de 2023, uma terceira, em Minas Gerais, passará a integrar esse parque.

- Usina solar da sede de Recife (PE): **154 kWp** de potência instalada (em operação)
- Usina solar 1 dos Estúdios Globo (RJ): **470 kWp** de potência instalada (em operação)
- Usina solar de Itaobim (MG): **585 kWp** de potência instalada (em construção)
- Usina solar 2 dos Estúdios Globo (RJ): **760 kWp** de potência instalada (em operação)
- Usina solar de Seropédica (RJ): **949 kWp** de potência instalada (em operação)

## Geração de energia



Saiba mais sobre nossa gestão ambiental nos anexos:

- 302-1 Consumo de energia dentro da organização
- 3-3 | Gestão de água
- 303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado
- 303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água
- 303-3 Captação de água
- 303-4 Descarte de água
- 305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)
- 305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia
- 305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)



1. Foram considerados como fontes de energia todos os consumos de combustível e energia elétrica de terceiros que monitoramos: viagens aéreas, Globocop, taxis, carros de cooperativas e carros de aplicativo, transporte de resíduos para aterros sanitários e diesel em geradores alugados.

Ainda com foco na otimização do consumo de recursos naturais, tratamos a gestão de água com responsabilidade e respeitamos todos os limites estabelecidos pelas autorizações de outorga, de maneira a não comprometer a disponibilidade hídrica nas regiões. Todo o consumo de água da Globo é monitorado por um sistema integrado, *online*, e nós investimos continuamente no reuso de água e no aproveitamento de água da chuva. Em 2022, utilizamos um total de 294.294 m<sup>3</sup> de água. GRI 3-3 | gestão de água | GRI 303-1



Todo o efluente gerado nos Estúdios Globo e no Ion, prédio administrativo, é tratado. Parte desse efluente é reutilizado no sistema de ar-condicionado e o restante é direcionado

para a rede pública. Outros endereços têm sistemas de captação de água da chuva e aproveitamento de águas de condensação do sistema de ar-condicionado.

Em 2022, criamos um grupo de trabalho para mapeamento e identificação de novas oportunidades voltadas para a ampliação do reuso de água na matriz hídrica da empresa. Uma das iniciativas já desenvolvidas começou a operar no programa **Big Brother Brasil 23**, que teve um reservatório de captação de água da chuva instalado para captar a água do telhado da casa. Da mesma maneira, um sistema de água de reuso foi implementado para abastecer as bacias sanitárias da casa e do prédio de apoio operacional.

**A Globo e a GOL Linhas Aéreas realizaram uma parceria inédita para neutralizar as emissões de CO<sub>2</sub> em viagens corporativas indispensáveis. Desde setembro de 2022, todas as viagens de colaboradores Globo, necessárias para o desempenho de suas funções, passaram a ser compensadas pela compra de créditos de carbono, aplicados na preservação e no reflorestamento de florestas nativas e em projetos de agricultura regenerativa na Floresta Amazônica. A iniciativa é viabilizada a partir da união de ambas as companhias com a Moss, climatech de soluções no combate às mudanças climáticas.**

## Outras iniciativas

- Inclusão de novos endereços na modalidade de compra de energia limpa com a emissão dos Certificados Internacionais de Energia Renovável (I-REC).
- Troca da frota de motos para veículos que utilizam etanol como combustível. Das 9 motos, 4 já foram substituídas e as demais serão trocadas ao longo de 2023.
- Parceria com a empresa Movida, de locação de veículos, para abastecer os veículos alugados exclusivamente com etanol.
- Migração de conteúdo e de operações de Tecnologia para a plataforma na “nuvem”, gerando eficiência energética, redução dos deslocamentos e da utilização de geradores. A plataforma ainda monitora a pegada de carbono dessa infraestrutura.
- A empresa Hellinews, responsável pelo Globocop, passa a atuar em linha com as nossas metas, elaborando seu próprio inventário de carbono e assumindo a responsabilidade pela compensação de suas emissões.

**A transmissão do Carnaval de São Paulo, em 2022, reduziu, aproximadamente, 94% do consumo de diesel usado em geradores, em relação ao ano anterior. A Operação Carnaval SP contou com a instalação de 12 nobreaks e 9 geradores, que foram disponibilizados apenas para casos de contingência. A fonte principal de energia foi a concessionária e um único gerador, instalado fora do sambódromo, que representou 2% do total de energia consumida no evento.**



Em 2020, cerca de 74% dos resíduos eram destinados para aterros. Em 2021, o percentual reduziu para 51%.

Já em **2022**, atingimos aproximadamente **40%**.

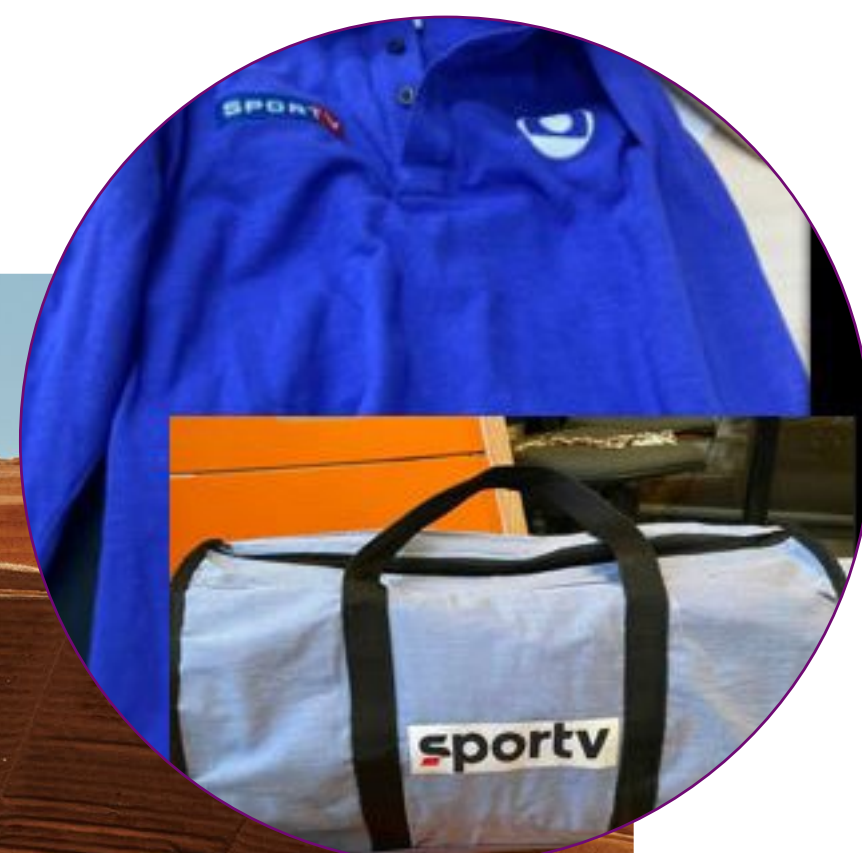
O planejamento consiste em reduzir, gradativamente, esse percentual até atingirmos o Aterro Zero em 2030.



## Economia circular

GRI 3-3 | gestão de resíduos | GRI 306-2

Em outro pilar das nossas ações ambientais, a partir do conceito de economia circular, criamos soluções para garantir a sustentabilidade desde o início do processo até a destinação dos resíduos. Um dos projetos é o Aterro Zero, que busca zerar o envio de resíduos para aterros sanitários até 2030, tratando do lixo comum, entulho, isopor, resíduo de poda e heterogêneo. Para esses e outros resíduos críticos, as destinações priorizadas são compostagem, reciclagem e aproveitamento energético.



Saiba mais sobre nossa gestão de resíduos nos anexos:

- 306-3 Resíduos gerados
- 306-4 Resíduos não destinados para disposição final
- 306-5 Resíduos destinados para disposição final



Na sede de São Paulo, com o objetivo de conscientizar os colaboradores e de disponibilizar um espaço para o descarte correto, implantamos o *hub* de coleta seletiva para resíduos de maior complexidade, como os eletrônicos.

Também fizemos a logística reversa de 2.573 equipamentos de tecnologia, o que corresponde a 23 toneladas de materiais, que foram doados para uma instituição de fomento à inclusão digital de jovens. Doamos, ainda, 251,6 kg de tecido – gerado pela Fábrica de Cenário e Produção de Figurinos – para uma instituição que realiza capacitação com costureiras e produção de novos produtos. Uma ação do time **sportv**, por meio do Fórum Menos é Mais e em parceria com a ONG Pipa Social, reciclou os uniformes utilizados por comentaristas e apresentadores durante a cobertura das Olimpíadas. Foram recolhidas 800 peças, transformadas em 300 cestas de basquete e 200 bolsas esportivas.

Dentre tecidos, equipamentos de tecnologia e outros materiais, como mobiliários, realizamos um total de 260 toneladas em doações em 2022.

Para seguir fortalecendo as ações com foco em economia circular, realizamos 12 treinamentos sobre coleta seletiva e um treinamento focado na segregação dentro das cidades cenográficas. Também iniciamos a operação-piloto do aplicativo Circula Globo, que propõe maximizar a reutilização interna de materiais em boas condições de uso.

Em 2022, passamos a utilizar água em latinhas de alumínio como alternativa ao consumo de garrafinhas e copinhos plásticos. Com essa ação, deixamos de utilizar 1,5 milhão de copinhos plásticos, e o alumínio coletado nos mais de 100 novos coletores implementados é destinado para reciclagem. Ao longo do ano, também desenvolvemos soluções para o descarte de galhos e podas no Rio de Janeiro e em São Paulo. Esse material agora é direcionado para compostagem. Implementamos, ainda, soluções para a reciclagem de isopor, um dos nossos principais insumos, e desenvolvemos parcerias para a destinação de entulhos de obras, que foram enviados, em grande parte, para a obturação de cavas de mineração.

No Natal, produzimos uma decoração para conversar com nossas ações. Foram 16 árvores de Natal construídas a partir de resíduos da operação com a colaboração dos funcionários. Elas foram montadas nas portarias da empresa.

As atividades de construção e de desmontagem de cenários e de cidades cenográficas são as principais geradoras de resíduos em nossa operação. A Globo é uma grande compradora de chapas de compensado de madeira do estado do Rio de Janeiro, material que é utilizado amplamente na construção desses produtos. Nas operações de cenários, as equipes de gerenciamento de resíduos, que atuam na desprodução das peças, encaminham o material para o aproveitamento energético por biomassa. Já nas cidades cenográficas, diversas ações estão sendo implementadas de maneira a melhorar esse aproveitamento.

GRI 306-1

# Nossos números

GRI 306-2

## Outras ações que realizamos em nossas operações para contribuir com a meta de aterro zero:

- Criação do grupo de trabalho para o tratamento sustentável dos resíduos têxteis de nossos figurinos.
- Criação das “bairas” de segregação de resíduos nas cidades cenográficas.
- Novas campanhas internas como, por exemplo, a Semana do Consumo Consciente.
- Expansão e padronização dos pontos de coleta seletiva nos Estúdios Globo.
- Solução de aproveitamento energético para o lixo comum do site de São Paulo.

**+2.500** equipamentos de tecnologia doados para **fins educacionais**

**12** treinamentos sobre coleta seletiva

Doação de **251,6 kg** de tecido

Deixamos de consumir **1,5 milhão de copinhos** de água, com a substituição pelo consumo em lata

Mais de **R\$ 107 milhões** investidos em ativos de mídia para apoiar a causa ambiental



## Biodiversidade

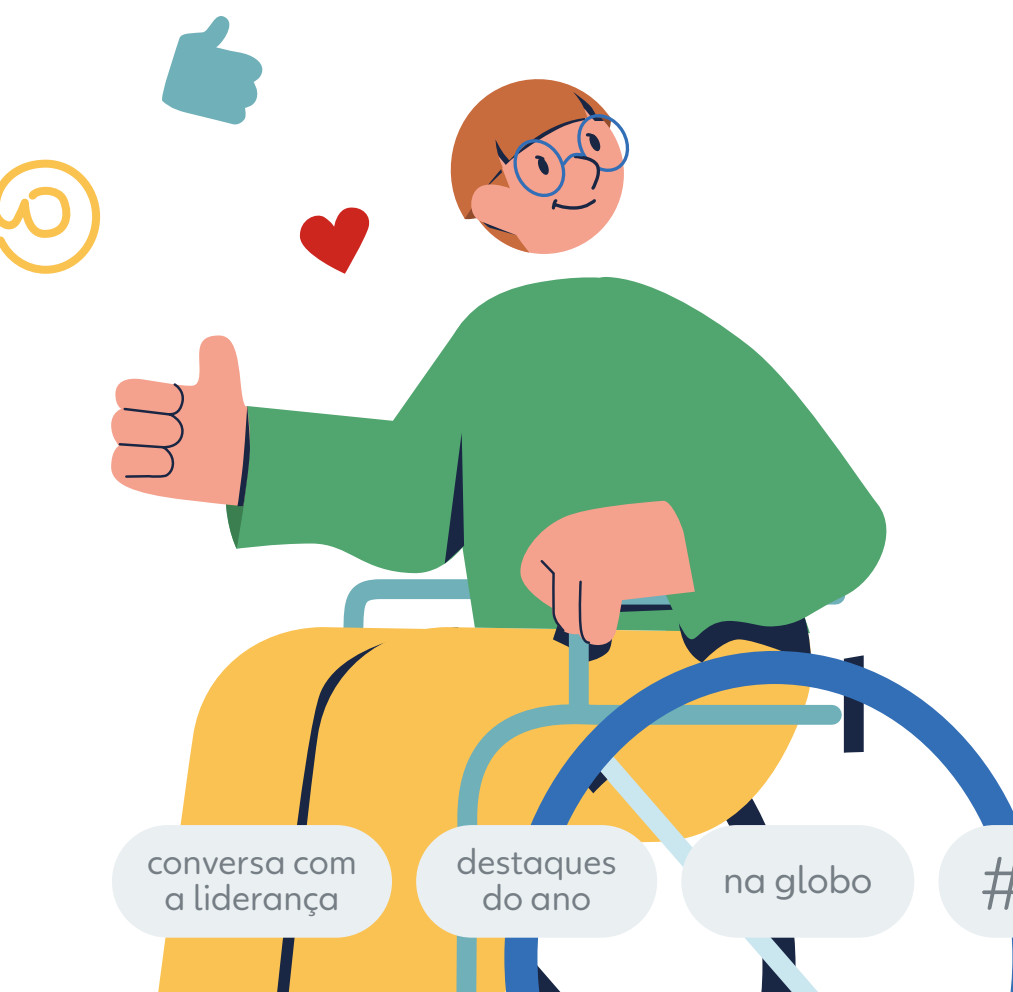
GRI 3-3| proteção da biodiversidade| GRI 304-1| GRI 304-2| GRI 304-3

Os Estúdios Globo são vizinhos de uma área de reserva ambiental, o Parque Estadual da Pedra Branca, unidade de conservação remanescente da Mata Atlântica. O parque abriga uma grande diversidade de fauna e de flora desse bioma. Nessa relação, identificamos outros impactos negativos que buscamos mitigar, como a poluição sonora por veículos, equipamentos e pessoas; o risco de acidentes por interação com animais silvestres; e risco de queda de árvores.

Com o objetivo de contribuir para a preservação da biodiversidade, nosso time desenvolveu o Catálogo de Fauna, que revela informações sobre as espécies que mais aparecem na região e ensina visitantes e colaboradores sobre como proceder caso avistarem um animal que precise ser remanejado. Em 2022, o catálogo passou por uma revisão para atualização do fluxo de avistamento de fauna, bem como a inclusão de espécies de flora.

Para garantir que nossas operações não impactem a qualidade da água do Rio dos Passarinhos, que nasce no Parque e percorre toda a extensão dos Estúdios, realizamos quatro campanhas anuais de monitoramento de águas superficiais e subterrâneas através de 25 poços.

Outro impacto positivo para o qual contribuimos é o enriquecimento da vegetação circunvizinha, por meio de ações de plantio na vizinhança



e dentro dos Estúdios. Desde 2016, já foram plantadas mais de 11 mil mudas, como medida compensatória, visando o enriquecimento ecológico das áreas.

Também temos algumas antenas de transmissão em áreas de importância ecológica. Todas são estruturas pequenas e simples, com baixo impacto ambiental.

A promoção do cuidado e da importância da preservação da biodiversidade é tema constante em nossos produtos. Em 2022, o sucesso da novela **Pantanal** levantou muitas bandeiras em prol da preservação desse ecossistema. Além disso, desenvolvemos uma norma para quando há animais em cena, com embasamento ambiental e legal, para garantir o bem-estar dos animais e o cumprimento de exigências legais.

# cultura ambiental

GRI 3-3 | conscientização social e ambiental

## Debate em casa

A cultura ambiental é uma agenda que buscamos consolidar entre o time. Uma das nossas ferramentas mais sólidas de engajamento é o Fórum Menos é Mais, que reúne representantes de diversas áreas e canais. O fórum é um espaço de discussões e troca de experiências, além do desenvolvimento de projetos multidisciplinares e campanhas de comunicação interna.

Foi resultado do Fórum, por exemplo, a elaboração do Guia Produções Verdes, que apresenta uma série de boas práticas para que nossos programas sejam produzidos de maneira sustentável e ambientalmente correta. O documento foi produzido de forma conjunta pelos times de Gestão Ambiental e Valor Social, com apoio técnico do Instituto Akatu e do consultor Tasso Azevedo.

Pretendemos atingir 100% dos produtos dos Estúdios Globo realizados nesse modelo até o fim de 2023. Também criamos uma ferramenta de avaliação de práticas sustentáveis, que busca identificar como são feitas as orientações às equipes e quais as ações operacionais de sustentabilidade foram, de fato, implementadas em cada conteúdo. Já aplicamos a ferramenta

na novela **Pantanal**, no canal **Receitas**, na série **Os Outros**, na transmissão do **Rock in Rio** e na gravação de **No Limite**, como pilotos.

Um grupo de trabalho já mapeou as ações sustentáveis existentes nas áreas de cenografia, arte, tecnologia, produção, suprimentos, caracterização e figurino. Criamos, ainda, o Protocolo Produções Verdes, que já replica as ações mapeadas que deverão ser realizadas pelos produtos.

Pensando em contribuir com a redução do impacto ambiental gerado por eventos presenciais, desde as pequenas reuniões até os grandes encontros, lançamos o Guia Menos é Mais para Ações Presenciais Mais Sustentáveis. O documento foi produzido com apoio das diversas áreas da empresa e consultoria técnica da Conservação Internacional (CI-Brasil) e do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA).

Em 2022, a Semana do Meio Ambiente e a recém-criada Semana do Consumo Consciente impactaram diretamente mais de 2 mil colaboradores, por meio de gincanas, bate-papos, *webinars*, ativações e ações de desapego. A programação é parte da agenda interna do time Globo, que tem um calendário focado em datas ambientais para comunicados e iniciativas. Em março de 2022, reunimos especialistas, funcionários de diversas áreas e convidados do mercado e de instituições parceiras para o lançamento de um **estudo sobre tendências** e boas práticas para negócios mais sustentáveis.



## Incentivo à cadeia de valor

GRI 3-3 | impacto ambiental de fornecedores

A partir da contratação da consultoria EY, estamos avaliando a sustentabilidade na nossa cadeia de fornecedores. A avaliação tem como objetivo prevenir e mitigar os riscos ambientais na cadeia de fornecimento que possam resultar em impactos econômicos e reputacionais para a Globo e impactos negativos para a sociedade, além de alavancar as oportunidades que possam gerar valor compartilhado e de longo prazo para o negócio.

Em 2022, junto à consultoria, realizamos o diagnóstico da gestão da cadeia de suprimentos: compreensão da situação atual da companhia no tema de compras sustentáveis conduzindo uma análise documental, entrevistas e um *gap assessment* de acordo com a ISO 20.400 (Compras Sustentáveis).

## Debate ambiental nas telas

Sabemos da nossa capacidade de ampliar o debate ambiental a partir de nossas telas. Trabalhamos há mais de 50 anos para dar alcance e capilaridade para temas relevantes para a sociedade. Em 2022, diversas produções na TV aberta, no *streaming*, nos canais por assinatura e nas plataformas digitais evidenciaram as questões relativas ao meio ambiente no Brasil e no mundo.

No programa **Fantástico**, na **TV Globo**, realizamos uma reportagem usando tecnologia de rastreamento por satélite e celular, e

câmeras acionadas por movimento para seguir o caminho da madeira e revelar um esquema que movimenta milhões de reais na Amazônia. [A reportagem](#) é resultado de nove meses de acompanhamento de operações da Polícia Federal e do Ibama em sete terras indígenas.

Em outra reportagem, ao lado dos Guardiões da Floresta, grupo indígena, nossa equipe acompanhou por uma semana o [esforço para impedir o desmatamento da floresta](#) e expulsar invasores. Também exibimos uma grande reportagem sobre o [destino do lixo têxtil](#) no Brasil e no mundo, com o trabalho de coletores e grupos que promovem o reaproveitamento de tecido.

No **Globo Repórter**, mostramos os [impactos das mudanças climáticas](#) três décadas depois da reunião de 178 líderes de países no Rio de Janeiro, na conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente em 1992, a Rio-92. Nossa equipe também contou a [história de agricultores e ambientalistas](#) que restauram florestas, reforçando como muitas pessoas no Brasil trabalham de forma autônoma pelo meio ambiente, para além do olhar de fiscalização apenas pelas autoridades no assunto.

Já o programa **Profissão Repórter** mostrou, em fevereiro, [o desperdício e as dificuldades](#) de quem tem pouco para viver na realidade do maior lixão têxtil do mundo, que fica no Chile, o descarte indevido de lixo eletrônico na Amazônia, e o desperdício de alimentos na capital paulista. O programa também exibiu o [descaso com a preservação de rios](#) em





diferentes partes do Brasil e o impacto direto na vida da população ribeirinha. A equipe viajou pelo país retratando como vivem aqueles que dependem das bacias fluviais para sobreviver.

Também na **TV Globo**, em duas novelas de 2022, a discussão ambiental foi bem viva. Em **Pantanal**, as queimadas, a caça ilegal, o agronegócio predatório e a contaminação das águas foram alguns dos debates que ganharam espaço na trama. A nova versão do clássico terminou em outubro e está [disponível no Globoplay](#). Já em **Mar do Sertão**, o debate sobre agrotóxicos e um projeto sem planejamento ambiental permeou a história dos personagens. Em [uma cena](#), o antagonista Tertulinho (Renato Góes) se surpreendeu positivamente com um projeto

que fala sobre a redução de emissão de gases com o uso do óleo de palma, planta comum na região, na produção de biocombustível.

O jornalismo do **g1** detalhou o [Fundo Amazônia](#), iniciativa abandonada pelo governo, com R\$ 3,2 bilhões paralisados. Ainda sobre a Amazônia, revelou como a floresta entra na lista dos locais da Terra perto dos [“pontos de não retorno”](#). Também adiantou a [perspectiva sobre o meio ambiente](#) a partir de 2023 e listou os principais desafios do governo Lula nesse sentido, como desmatamento e garimpo ilegal. Desde maio, quando começamos a mapear as publicações por temática, registramos 1.263 matérias publicadas, com mais de 10 milhões de visualizações, sobre meio ambiente no **g1**.

Na **GloboNews** exibimos matéria sobre os novos ventos da energia eólica - um momento de cenários climáticos hostis, nos quais o Brasil abriu caminho para a regulamentação de energia eólica em alto mar, uma fonte limpa e renovável. No programa **Cidades e Soluções**, a equipe falou sobre a Conferência Rio-92 em duas partes: [o legado](#) e a repercussão do [Fórum Global](#). O canal ainda exibiu o documentário [Amazônia na Encruzilhada](#), da jornalista Miriam Leitão, que foi à Amazônia mostrar como a região sofre com o desmatamento e com a ameaça aos povos indígenas. Outro documentário exibido este ano foi [Pelas Estradas do Brasil - Amazônia](#), do jornalista Fernando Gabeira. A produção em dois episódios registra uma viagem de 21 dias em que Gabeira mostra como a região está próxima de chegar a um ponto de destruição não reversível, como apontam pesquisadores.

Na plataforma **Globoplay** foram lançados os documentários [A Força dos Rios](#), que reflete sobre como os rios moldaram as paisagens do planeta e de que forma a existência humana foi impactada

diante de suas localizações e formatos; [Amazônia - O Despertar da Floresta](#), que discute a noção de cidadania da floresta a partir de entrevistas com especialistas e figuras históricas, e como o Brasil tem lidado com os recursos naturais atualmente; e [Jovens e Ativistas](#), que mostra a viagem da ativista ambiental Melati Wijsen pelo mundo para conhecer e aprender mais sobre as diferentes formas de ativismo nas quais os jovens estão conectados.

Duas novas séries também retrataram a temática: [Leo - O Guarda da Floresta](#), uma animação infantil que mostra as aventuras de Leo e sua irmã para conhecer a diversidade animal e vegetal do planeta em que vivem; e [Predadores Africanos](#), que retrata a vida dos animais em seu habitat natural e como as mudanças da sociedade instigam os predadores da África a buscarem a sobrevivência.

Além disso, por meio da plataforma Menos é Mais, desde 2015, promovemos o uso consciente dos recursos naturais e a responsabilidade de cada cidadão no desenvolvimento sustentável. Em 2022, tivemos 57.141 inserções da campanha “Menos Lixo, Mais Futuro” na grade de programação. No total, investimos mais de R\$ 107 milhões em ativos de mídia para apoiar a causa ambiental, veiculando, também, campanhas de instituições parceiras dedicadas ao tema. A marca Menos é Mais é ponto de encontro entre as ações internas e externas da Globo, alinhando nossas práticas ao conteúdo das campanhas veiculadas.



compromisso

# #5 governança transparente & responsável

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



conversa com  
a liderança

destaques  
do ano

na globo

#1 impacto social  
do conteúdo

#2 diversidade  
& inclusão

#3 desenvolvimento &  
bem-estar dos colaboradores

#4 biodiversidade &  
consciência ambiental

#5 governança transparente  
& responsável

#6 educação como vetor de  
transformação do país

sobre este  
relatório

ambições  
e metas

anexos



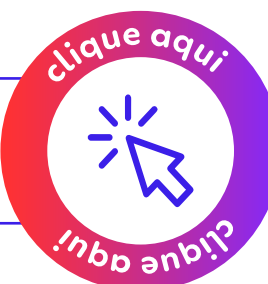
### Como fazemos isso?

- Aprimorando, constantemente, nossa governança corporativa em alinhamento com as melhores práticas neste campo.
- Fortalecendo nossa estrutura de *compliance*, promovendo o respeito ao nosso Código de Ética e Conduta.
- Elaborando e disseminando políticas e práticas de combate à corrupção e gestão de riscos.
- Garantindo a segurança da informação e a privacidade de nossos *stakeholders*, com políticas e sistema de gestão de dados robustos.
- Garantindo a proteção da propriedade intelectual.

### Nossas ambições 2030

- Fortaleceremos a governança em todos os níveis da Globo.
- Consolidaremos a governança da agenda ESG da companhia.
  - Fortaleceremos a governança de *compliance*, levando os temas de impactos reputacionais e de marca às discussões estratégicas da empresa.
  - Ampliaremos o alcance da nossa política anticorrupção para além da empresa, impactando nossa cadeia de valor e terceiros.
    - Teremos a segurança e proteção à privacidade como diferenciais competitivos e viabilizadores do nosso negócio.
    - Seremos referência e articuladores ativos no tema da proteção da propriedade intelectual na nossa indústria.

Conheça as metas relacionadas a este compromisso.



# uma governança forte

GRI 2-12 | GRI 2-13 | GRI 3-3 | conselho independente e diverso

Acreditamos em uma empresa que viva em constante evolução e seja ancorada em políticas e práticas sólidas de governança corporativa. Nossa busca pelas melhores práticas fez evoluir a gestão da governança na Globo.

Em 2022, a Assembleia Geral de Acionistas da Organizações Globo Participações S/A, holding controladora do Grupo Globo, aprovou uma alteração do Estatuto Social para refletir no documento o compromisso dos acionistas com os temas relevantes para a companhia, como a agenda da Jornada ESG.

Na Globo, entendemos que a responsabilidade e o comprometimento são regras que todos devemos seguir. Assim, podemos assumir com veemência nossos valores e nossa essência.

## Estrutura organizacional

A estrutura de governança na Globo é composta, majoritariamente, por dois grupos: o Conselho de Administração do Grupo Globo e a Diretoria Executiva da Globo. O conselho é responsável por estabelecer as diretrizes estratégicas do Grupo, aprovar a nomeação, definir atribuições e acompanhar o desempenho dos membros

da Diretoria Executiva da Globo, que cuida das áreas de atuação da companhia.

A definição dos conselheiros considera qualificações, vivências executivas, identificação com a Essência do Grupo Globo, além da ausência de conflitos de interesse. Os integrantes do conselho têm a obrigação de evitar situações em que seus interesses pessoais sejam conflitantes com os objetivos do Grupo Globo. Situações de potencial conflito de interesses pode ser denunciadas no canal da Ouvidoria.

GRI 2-15

Em 2022, dois novos nomes passaram a integrar o Conselho, como conselheiros independentes: Paula Bellizia, a primeira mulher a fazer parte deste grupo, e Rodrigo Xavier. Esse movimento fortaleceu ainda mais a estrutura e os mecanismos de governança da Globo. O currículo dos conselheiros está disponível no site de [Relações com Investidores](#) da Globo.

Em 2022, os membros do Conselho participaram de uma série de iniciativas com foco em desenvolvimento sustentável, entre elas um *workshop* sobre diversidade e uma imersão nas ambições e metas ESG da Globo para 2030. GRI 2-17

## Comitês de assessoramento

GRI 2-13 | GRI G4 M2

Quatro comitês assessoram o Conselho de Administração: o Comitê de *Compliance*, Proteção de Dados Pessoais, Auditoria e Riscos; o Comitê Editorial; o Comitê Institucional; e o recém-criado Comitê de Pessoas, Cultura & ESG.

**Comitê de *Compliance*, Proteção de Dados Pessoais, Auditoria e Riscos (CODAR)\*:** tem como papel apoiar o Conselho no que se refere à avaliação das demonstrações financeiras do Grupo Globo, do ambiente de riscos e controles internos, do relacionamento com a auditoria externa, do cumprimento com as legislações referentes à privacidade e à proteção de dados pessoais e do programa de *Compliance* do Grupo Globo. É coordenado por Jorge Nóbrega.

**Comitê Editorial:** tem como papel apoiar o Conselho na supervisão do desenvolvimento e do alinhamento da atividade jornalística do Grupo Globo com os Princípios Editoriais e com a Orientação Editorial. É coordenado por João Roberto Marinho.

**Comitê Institucional:** tem o papel de apoiar a supervisão da estratégia de relações institucionais adotada pelo Grupo Globo e é coordenado por João Roberto Marinho.

**Comitê de Pessoas, Cultura & ESG:** tem como papel apoiar na supervisão dos assuntos relativos ao desenvolvimento humano e organizacional, além dos processos relacionados à gestão de pessoas, à cultura organizacional e à governança corporativa do Grupo Globo, coordenado por Alberto Pecegueiro.

Entre as atribuições do Comitê está o desenvolvimento de um plano de avaliação do C.A. e dos Comitês. GRI 2-18

Em fase de estruturação, estamos criando o Comitê Digital & Inovação, que vai tratar dos temas relacionados à estratégia digital e ao processo de inovação do Grupo Globo. O time será coordenado por Roberto Marinho Neto.

\* Até 2022, o nome desse grupo era Comitê de Auditoria e *Compliance*, quando foi alterado para refletir, com precisão, suas atribuições, incluindo as mais recentes, ligadas à privacidade de dados.

## Conselho de Administração do Grupo Globo

GRI 2-9 | GRI 2-11



**Roberto Irineu Marinho**  
vice-presidente



**João Roberto Marinho**  
presidente



**José Roberto Marinho**  
vice-presidente



**Jorge Nóbrega**  
conselheiro



**Alberto Pecegueiro**  
conselheiro



**Paulo Marinho**  
conselheiro



**Roberto Marinho Neto**  
conselheiro



**Paula Bellizia**  
conselheira independente



**Rodrigo Xavier**  
conselheiro independente

## Diretoria Executiva da Globo

**Paulo Marinho**  
CEO

**Ali Kamel**  
Diretor de Jornalismo

**Amauri Soares**  
Diretor da TV Globo e de Relação com Afiliadas

**Claudia Falcão**  
Diretora de Recursos Humanos

**Erick Bretas**  
Diretor de Canais Pagos e Produtos Digitais

**Manuel Belmar**  
Diretor de Finanças, Jurídico e Infraestrutura

**Manuel Falcão**  
Diretor de Marca e Comunicação

**Manzar Feres**  
Diretora de Negócios Integrados em Publicidade

**Paulo Tonet**  
Diretor de Relações Institucionais

**Pedro Garcia**  
Diretor de Aquisição de Conteúdo

**Raymundo Barros**  
Diretor de Estratégia e Tecnologia

**Renato Ribeiro**  
Diretor de Esportes

**Ricardo Waddington**  
Diretor dos Estúdios Globo

# compliance e ética nas discussões estratégicas da empresa

GRI 2-26 | GRI 3-3 | combate à corrupção | ouvidoria | GRI 205-2

Contamos com um Programa de Compliance, lançado em 2015, e somos guiados por um Código de Ética e Conduta baseado nos nossos princípios e valores éticos, que foi atualizado em 2021.

A Comissão de Ética da Globo, composta de membros do Jurídico, do RH e de *Compliance*, garante o cumprimento do Código. Em 2022, o grupo foi ampliado com a inclusão de dois novos integrantes, visando aumentar a diversidade dos membros, a pluralidade das discussões e multidisciplinariedade das visões. Eles se reúnem semanalmente para, de forma independente, avaliar os casos apurados por *Compliance*, deliberar medidas administrativas sobre situações relacionadas ao Código de Ética e Conduta e, se preciso, indicar melhorias de processos e controles.

As dúvidas ou relatos de descumprimentos das previsões explícitas do Código de Conduta e Ética são reportados por meio do [Canal de Ouvidoria](#). Anualmente, desde 2015,

divulgamos o Relatório de Compliance com um reporte estatístico da Ouvidoria.

No primeiro semestre de 2022 (janeiro a junho), o canal de Ouvidoria recebeu 338 relatos. Destes, após a categorização realizada pela Comissão de Ética, 180 foram encaminhados à gestão para tratamento e 140 tiveram apurações internas, pois apontavam algum descumprimento ao Código de Ética. Apenas 18 relatos não tiveram desfecho pois foram tipificados como incompletos.

Contamos, ainda, com a [Política Anticorrupção](#) do Grupo Globo, lançada em 2021. O documento fortalece o nosso compromisso permanente com o cumprimento da legislação anticorrupção, com a adoção de boas práticas de governança corporativa e de condutas éticas na realização dos negócios, trazendo regras claras e limites para oferta e recebimento de hospitalidades, por exemplo. Em 2022, não houve casos de corrupção mapeados pelo Canal de Ouvidoria ou qualquer outro meio. GRI 205-3



“A agenda ESG da Globo está presente em tudo que fazemos: nas pautas trazidas pelo conteúdo, no jornalismo sério e confiável, nas práticas ambientais, no nosso compromisso com a diversidade, no nosso Código de Ética. A nossa governança evolui continuamente e estabelece as bases para todas as transformações que ainda queremos promover. Acreditamos que uma empresa ética e responsável ajuda a construir uma sociedade mais justa.”

**Carolina Bueno Junqueira**  
Diretora de Compliance e Riscos



Atuamos, também, com foco em conscientização e fortalecimento da cultura organizacional. Implementamos iniciativas de comunicação interna e treinamentos anuais de compliance, reforçando as regras estabelecidas nas políticas.

Duas campanhas internas de comunicação, com foco em educação e engajamento nos temas de compliance foram destaques em 2022:

1. **“A Globo que queremos”** - para divulgar e debater princípios como ética, transparência e respeito; e

1. **“O que não toleramos”** - para prevenir e combater o assédio moral, sexual e a discriminação.

Durante as campanhas, todo o nosso time foi impactado com conteúdos informativos visuais e impressos, que transmitiam o comportamento esperado de forma clara, direta e sem tabus.

Ao mesmo tempo, o time de Compliance esteve presente em várias áreas e produtos, por meio de jornadas constantes de treinamentos, chegando a quase 9 mil pessoas impactadas, entre colaboradores e terceiros.

Já no fim de 2022, revisamos o [Regras de Conduta para Terceiros](#), política da empresa responsável por regular a conduta ética dos nossos parceiros de negócios - tais como prestadores de serviços, fornecedores, consultores, agentes, intermediários, representantes e distribuidores - em seu relacionamento com o Grupo Globo. O documento orienta os mesmos quanto ao

combate à corrupção de qualquer espécie e o comprometimento de todos com um ambiente livre de assédio e de discriminação.

Para promover o engajamento deste público, também iniciamos uma agenda de compliance com o objetivo de impactar positivamente a rede de parceiros e fornecedores do Grupo. Escolhemos as produtoras como protagonistas deste desafio e executamos um projeto de treinamentos pré-produções, revisões de documentos estratégicos e alinhamento de comportamentos para estarmos todos no caminho certo.

### Gestão de riscos

GRI 3-3 | gerenciamento de riscos | GRI 2-26 | GRI 2-16

Para fortalecer a nossa cultura de controles internos de gestão de riscos, o Comitê de Compliance, Proteção de Dados Pessoais, Auditoria e Riscos estimula revisões preventivas periódicas de controles internos, com base na análise de riscos e resultados das auditorias interna e externa. Contamos, ainda, com áreas de Auditoria Interna, de Riscos e de Controles Internos, dedicadas a compor e a gerir o ambiente da organização.

Temas cruciais são acompanhados de perto pelo Conselho de Administração, em uma agenda elaborada pelo Presidente do C.A. em conjunto com a Diretoria de Governança do Grupo. Muitos desses temas estão elencados nos regimentos dos comitês de assessoramento ao C.A. e são o foco de sua atuação. Esses comitês acompanham de perto a atuação das Diretorias Executivas da Globo em suas respectivas temáticas.



#### Acesse algumas das nossas políticas e normas

- Código de Ética e Conduta
- Política Ambiental
- Política Anticorrupção
- Política Interna de Uso de Dados
- Princípios Editoriais
- Regras de Conduta para Terceiros





# segurança da informação e proteção à privacidade como diferenciais competitivos

GRI 3-3 | segurança da informação

Na Globo, estimulamos que a segurança da informação faça parte da rotina de todos os colaboradores. A nossa Política de Segurança da Informação ressalta a importância das práticas seguras em todas as atividades, já que os dados, informações e conteúdo são ativos estratégicos e devem ser protegidos de forma adequada, alinhada aos objetivos de negócio.

O Programa de Segurança da Informação considera os desafios do cenário externo, os direcionamentos de tecnologia e os objetivos de negócios da Globo para definição das iniciativas prioritárias. A partir dele, buscamos fortalecer a cultura de segurança da informação, amadurecer e melhorar os processos internos para manter os dados e conteúdo da Globo em segurança. Em 2022, não houve ocorrência de queixas comprovadas relativas à violação da privacidade do cliente. GRI 418-1

As iniciativas elencadas são consolidadas no Plano Estratégico de Segurança da Informação e acompanhadas pelas estruturas de governança e pelo Comitê de Segurança da Informação, com representação de todas as áreas da Diretoria Executiva da empresa. O Plano é composto de nove pilares:

- **Programa de Segurança da Informação:** conclusão do Plano Estratégico de Segurança da Informação 2020-2022 com investimento de mais de R\$ 127 milhões para fortalecimento e evolução da maturidade em segurança da informação.
- **Programa de Conscientização:** lançamos o Programa de Embaixadores de Segurança da Informação com o objetivo de aproximar o tema no dia a dia dos colaboradores, estabelecendo pontos de contato para orientação e multiplicação da cultura de segurança da informação. Adicionalmente, mantivemos a taxa de conclusão do treinamento de segurança da informação superior a 90%.



- **Gestão de Identidade e Acessos:** ampliamos o uso da tecnologia de Single Sign-On (SSO) com Múltiplo Fator de Autenticação (MFA), fortalecendo a segurança dos acessos aos serviços e sistemas de tecnologia.
- **Gestão de Riscos da Informação:** adquirimos uma plataforma de avaliação de segurança cibernética (*security rating*) para uma visão independente da postura de segurança cibernética da Globo e de nossos principais parceiros.
- **Gestão da Conformidade:** evoluímos nossa capacidade de monitoramento de agentes externos e inteligência de ameaças. Em 2022, foram realizados 50 testes de invasão e diversos exercícios de *ciber resiliência* para aprimorar a capacidade de detecção e resposta a condições adversas.
- **Desenvolvimento Seguro:**
  - Husky CI:** desenvolvida pelo time de segurança da informação da Globo, a ferramenta gratuita orquestra testes de segurança e armazena os resultados para análises e métricas adicionais.
  - Programa de Bug Bounty:** recompensa os relatos de vulnerabilidades de segurança, exclusivo para colaboradores da Globo. Em 2022, contou com a avaliação de 2 produtos.
- **Resposta à Incidentes:** reestruturamos o nosso Centro de Operações de Segurança, com atendimento 24h, para aprimoramento do processo do CSIRT (Computer Security Incident Response Team).

- **Combate à Fraude:** aprimoramos nossos processos para identificação de transações fraudulentas relacionadas ao uso indevido de cartões de crédito e dados pessoais de terceiros na assinatura dos produtos digitais da Globo, reduzindo em mais de 60% o índice de reclamações por uso indevido de cartão de crédito. Também obtivemos a certificação PCI-DSS (Payment Card Industry – Data Security Standard) e aplicamos ferramentas de monitoramento e denúncia de postagens em redes sociais e *marketplaces* com anúncio de aluguel e venda de contas do **Globoplay**. Em 2022, foram derrubadas mais de 35.000 páginas referentes à essa prática.

No período, iniciamos o processo para a construção do novo Plano Estratégico de Segurança da Informação para o triênio 2023-2025, com o objetivo de consolidar o tema como uma função habilitadora de negócios e mitigar os riscos oriundos das diversas ameaças cibernéticas.

### Proteção de dados pessoais

Com foco em conscientização, em comemoração ao Dia da Proteção de Dados, divulgamos instruções educativas sobre o tema e realizamos *webinars* com objetivo de fomentar a importância do assunto entre os colaboradores e terceiros. Lançamos e implementamos o treinamento essencial de privacidade, obrigatório para todos os funcionários da Globo, que hoje já conta com mais de 80% de adesão.

Após a sanção da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) no Brasil, demos início ao Programa de Adequação à LGPD, ampliado para abranger também legislações internacionais de proteção de dados.

O objetivo do programa é buscar o cumprimento de todos os requisitos legais vigentes aplicáveis às atividades da companhia. A implementação é coordenada pela Data Protection Officer (DPO), que também é membro do Comitê de *Compliance*, Proteção de Dados Pessoais, Auditoria e Riscos.

Por meio do programa, buscamos atender, por exemplo, ao princípio do *privacy by design*, que exige o respeito à privacidade desde a concepção dos projetos, produtos e serviços; aos princípios da necessidade e da finalidade; além do princípio da transparência, que exige que os titulares sejam informados com clareza sobre os tratamentos que são realizados com seus dados pessoais, de forma que possam exercer plenamente todo os direitos garantidos na legislação.

No debate público, também trabalhamos em favor da evolução do tema participando de *workshops*, palestras e contribuindo para consultas públicas abertas pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

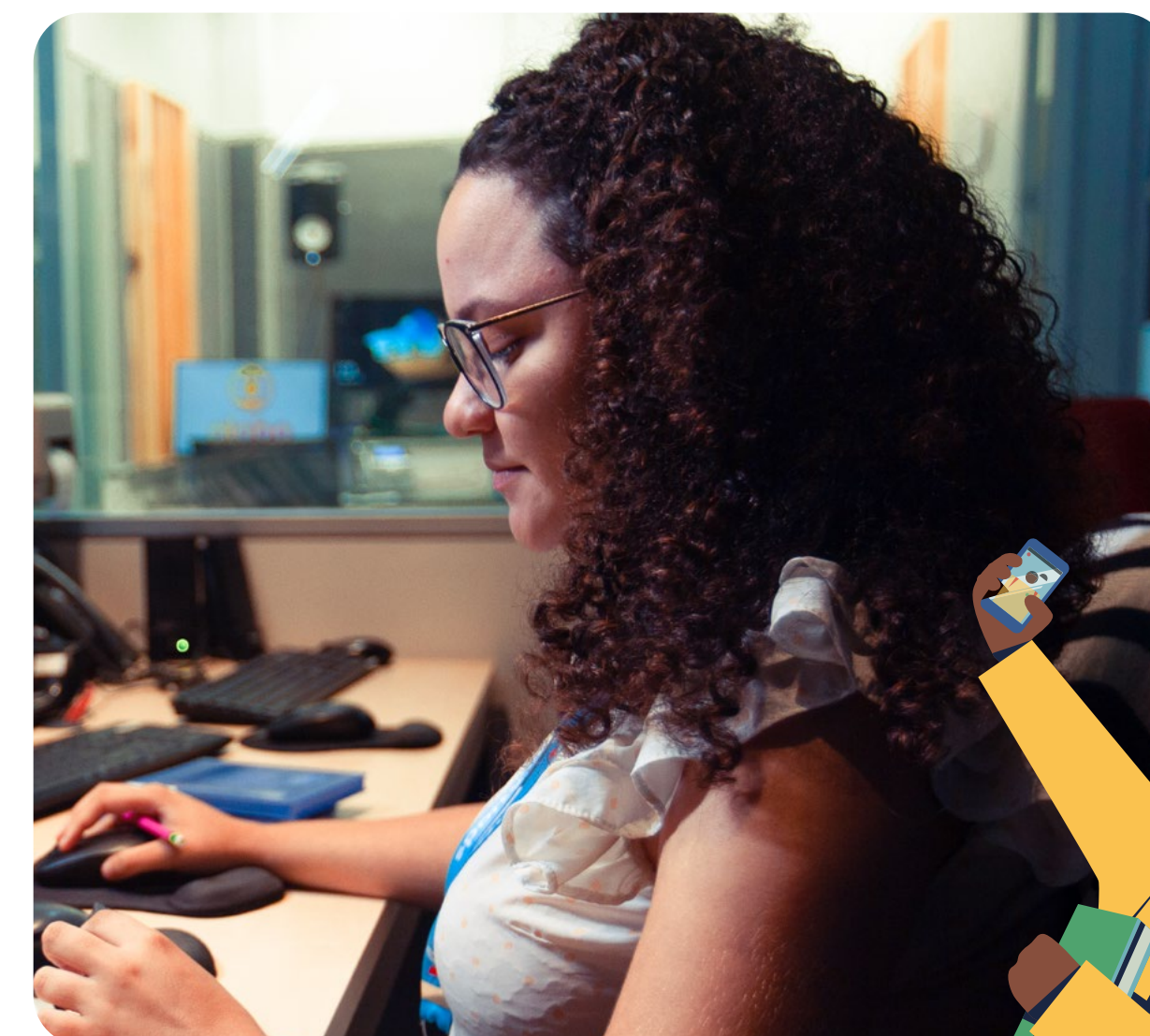


### Para garantir proteção

Algumas políticas e processos para proteção de dados pessoais

-  **Fluxo de assessment preliminar**
-  **Processo para registro de fluxos de dados**
-  **Política de privacidade do consumidor**
-  **Política de privacidade do colaborador e candidato**





# proteção da propriedade intelectual

GRI 3-3 | proteção da propriedade intelectual | SV-ME-520a.1

Todo conteúdo audiovisual ou produto digital produzido e/ou exibido pela Globo é protegido pela Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9610/98). A pirataria é um problema crônico, antigo e transformado pela tecnologia. A proteção da propriedade intelectual e o combate à pirataria são temas prioritários na nossa estratégia.

A disseminação ilegal de filmes, séries e novelas prejudica a indústria criativa e costuma ser pano de fundo para outros crimes, como o roubo de dados. Para minimizar os riscos, utilizamos diversas ferramentas tecnológicas para detecção e derrubada de conteúdo audiovisual veiculado de forma indevida ou sem licenciamento.

Periodicamente, fazemos campanhas para promover a compreensão do consumidor sobre a ilegalidade do consumo de conteúdo audiovisual sem licenciamento. Também utilizamos os canais de comunicação interna para estimular a denúncia e a conscientização dos colaboradores quanto a identificação de conteúdo Globo sendo usado indevidamente.

## Combate à pirataria em números

Segundo dados da Frente Nacional Contra a Pirataria e a Ilegalidade (FNCP), em 2021, a pirataria de TV por assinatura e a de audiovisual somaram um prejuízo de R\$ 19 bilhões ao setor e em sonegação de impostos, sendo TV por assinatura (R\$ 15 bilhões) e audiovisual (R\$ 4 bilhões).

Além das tecnologias de proteção aplicadas nos conteúdos populares transmitidos pela Globo, em 2022, foram detectados e denunciados mais de 1,7 milhão de links com conteúdos Globo disponibilizados ilegalmente. Além disso, foram realizadas ações para minimizar o uso fraudulento de marca em perfis falsos nas redes sociais. Ao todo, foram derrubadas mais de 1.400 páginas referentes a publicações e perfis que utilizaram marcas Globo de forma indevida para obter algum tipo de vantagem.

A Globo se mostrou parceira nas principais ações para repressão de compartilhamento de conteúdo de forma ilegal em parceria com Alianza, ABTA (Associação Brasileira de TV por Assinatura), e CNCP (Conselho Nacional de Combate à Pirataria). Houve também a participação da empresa em painéis que debateram formas de combate à pirataria e fraude no PayTV Fórum e Telco Transformation LATAM.

Atuamos, ainda, em colaboração com o poder público para a Operação 404.4, da Secretaria de Operações Integradas do Ministério

da Justiça e Segurança Pública, enviando evidências de ilegalidades. Ao longo de 2022, a ação culminou no bloqueio de 266 sites, de 461 aplicativos de transmissão ilegal de conteúdo, além da remoção de perfis, páginas em redes sociais e em buscadores da internet.

Para dar publicidade ao tema e alertar o consumidor, foram veiculadas mais de 30 matérias nos veículos do Grupo, fruto da cobertura jornalística das ações do poder público envolvendo a Operação 404.4.



compromisso

# #6 educação como vetor de transformação

Apoiar ativamente a  
educação como vetor de  
transformação do Brasil.



[conversa com a liderança](#)

[destaques do ano](#)

[na globo](#)

[#1 impacto social do conteúdo](#)

[#2 diversidade & inclusão](#)

[#3 desenvolvimento & bem-estar dos colaboradores](#)

[#4 biodiversidade & consciência ambiental](#)

[#5 governança transparente & responsável](#)

[#6 educação como vetor de transformação do país](#)

[sobre este relatório](#)

[ambições e metas](#)

[anexos](#)



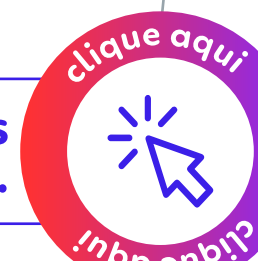
### Como fazemos isso?

- Reconhecendo e impulsionando as iniciativas que representam o futuro da educação.
- Promovendo narrativas de educação que incentivem brasileiros a estudar.
- Promovendo diálogos sobre a qualidade da educação, por meio da oferta de conteúdo em suas áreas e canais.
- Fortalecendo a Fundação Roberto Marinho, nossa parceria estratégica.

### Nossas ambições 2030

- A relevância da nossa atuação no campo da educação será reconhecida pela sociedade brasileira.
- Renovaremos as nossas representações sobre educação e, com isso, contribuiremos para que a sociedade atualize sua percepção sobre o impacto positivo que a educação gera.
- Contribuiremos para que famílias e a sociedade compreendam o conceito e se engajem na busca de educação de qualidade com equidade.
- Promoveremos e daremos publicidade para as ações da Fundação Roberto Marinho, contribuindo para que ela seja reconhecida como parte da Globo na atuação em educação.

Conheça as metas relacionadas a este compromisso.



# atuação relevante e impacto positivo em educação

Acreditamos no poder transformador da educação. Investir e acreditar na educação é parte da nossa agenda desde o início. Isso se alinha aos nossos valores e ao impacto que queremos promover no mundo. Há mais de 50 anos, a Globo e a Fundação Roberto Marinho atuam para contribuir com o fortalecimento dessa temática na sociedade. Queremos ser cada vez mais relevantes para discussões nesse campo.



“A Globo sempre priorizou a pauta da Educação, entendendo que esse é o principal vetor de transformação do país. Até 2030, temos um robusto plano de ação para nos mantermos relevantes nessa pauta, através do Movimento LED. Seremos luz e motor para quem já está desenvolvendo o futuro da educação, agora, no presente. Vamos reconhecer e dar visibilidade para as pessoas e organizações que se dedicam a mudar o cenário educacional, além de manter o nosso compromisso de sempre trazer para as telas, representações positivas que inspirem a população brasileira a acreditar no impacto da educação. Já estamos colhendo frutos e seguimos trabalhando por um futuro melhor.”

**Cristovam Ferrara**  
Gerente de Valor Social

# movimento LED

Lançado em dezembro de 2021, em parceria com a Fundação Roberto Marinho Fundação Roberto Marinho, o nosso maior projeto de educação é o Movimento LED – Luz na Educação. Ele nasceu com a vocação de reconhecer e impulsionar práticas inovadoras que contribuem para o desenvolvimento do futuro da educação brasileira. O movimento é conduzido em três pilares: um prêmio total de R\$ 1,5 milhão, distribuído entre as iniciativas inovadoras selecionadas; o festival, uma oportunidade para experimentar o futuro da educação no presente, de forma presencial e *online*; e a comunidade digital, que fomenta o desenvolvimento desse ecossistema por meio do intercâmbio de práticas e experiências educacionais.

O Movimento LED conta com um conselho consultivo composto de nove organizações que são referência no tema: Atlas da Juventude, Centro de Inovação na Educação (CIEB), Instituto Tecnologia e Sociedade (ITS), Organização dos Estados Iberoamericanos (OEI), Porto Digital, Todos pela Educação, Unesco, Unicef e Vale do Dendê. Conta, também, com o Conselho Nacional de Secretários Estaduais de Educação (Consed) e a União Nacional de Dirigentes Municipais de Educação (Undime) como parceiros institucionais. O Movimento ganha ainda mais potência no nosso novo contexto de

integração da Globo, que conjuga o alcance da TV aberta, segmentação dos canais pagos, a experiência dos *streamings* e a capilaridade das plataformas digitais, somadas aos ambientes de distribuição de conteúdo e soluções educacionais da Fundação Roberto Marinho.

Na primeira edição do Prêmio, realizada em 2022, mais de 3.400 projetos se inscreveram e cada um dos seis vencedores recebeu R\$ 200 mil. Todo o processo contou com a parceria técnica da consultoria da ponteAponte, referência em prêmios de impacto socioambiental.

Em junho, os vencedores foram apresentados no programa **Especial LED**, exibido na **TV Globo**. Os representantes puderam contar as histórias por trás das iniciativas e seus principais impactos. O programa foi assistido por mais de 30 milhões de brasileiros.

Realizamos, ainda, o desafio universitário: **Me dá uma luz aí**, com objetivo de reconhecer as soluções mais criativas para desafios educacionais reais vividos dentro de escolas ou universidades. Os vencedores dividiram um prêmio de R\$ 300 mil. Em formato de *hackaton*, os estudantes participaram de oficinas de mentoria para o desenvolvimento das ideias até transformá-las em planos de ação. A banca final aconteceu durante o **Festival LED**. A Mastertech, escola de pensamento ágil, foi a parceira técnica dessa etapa.



## Projetos vencedores do Prêmio LED

- ★ **Desengaveta meu texto**  
Queimados e Campina Grande (PB)
- ★ **Adote uma Escola**  
Guarujá (SP)
- ★ **Espaço Educacional Cultural e Esportivo Quilombo Guarani**  
São Paulo (SP)
- ★ **Programa Futuras Cientistas**  
Campina Grande (PB) e Recife (PE)
- ★ **Formação de Jovens Empresários Rurais Agricultura Familiar**  
Presidente Tancredo Neves (BA)
- ★ **Programa de Inclusão Social Produtiva**  
Rio de Janeiro (RJ)



Conheça mais aqui sobre os vencedores do Prêmio LED



Em julho de 2022, foi realizada a 1ª edição do **Festival LED**, totalmente gratuito e aberto ao público, com mais de 50 mesas de debates sobre temas relacionados à educação, além de 12 oficinas. Mais de 4 mil pessoas participaram das atividades presencialmente no evento, que alcançou ainda cerca de 130 mil visualizações ao vivo no **Globoplay** e no **g1**. A curadoria conjunta da Globo e da Fundação Roberto Marinho foi enriquecida com as contribuições do Educação 360 e da CO.LIGA, ampliando os espaços de reflexão de professores e juventudes. GRI G4 M6 | M7

Em abril, lançamos a **Comunidade LED**, um ponto de encontro de quem está fazendo e transformando a educação brasileira, e um espaço de inspiração, aprendizagem e transformação. Estamos construindo uma grande rede que impulsiona e acelera a chegada do futuro da educação para todos e todas no Brasil. Na Comunidade, estão as metodologias das iniciativas finalistas do Prêmio LED, histórias inspiradoras, entrevistas, pesquisas, conteúdo exclusivo elaborado por especialistas, conversas e oportunidades para troca de experiências. A plataforma *online* já conta com mais de 980 usuários de todo o Brasil.

### Dia da Educação

Para celebrar o Dia Mundial da Educação, em 28 de abril, o Movimento LED divulgou uma campanha especial e participou do lançamento da publicação da Unesco “Reimaginar os nossos futuros juntos: um novo contrato social para a Educação”, que além de uma *live* mediada pela Aline Midlej – apresentadora da **GloboNews** – teve repercussão no jornalismo da **GloboNews** e **Jornal Nacional**.



### Eventos estratégicos com presença do LED

MC Estudante e MC Soffia, embaixadores do prêmio, fizeram uma participação especial no **Prêmio Multishow 2022**. O LED também esteve no Upfront, Prêmio Profissionais do Ano, Humanorama (Rock in Rio), Rio Innovation Week, Encontro Nacional dos Secretários Municipais de Educação, Bett Educar, entre outros eventos. Copromotora da iniciativa, a Fundação Roberto Marinho também levou o LED para eventos universitários, de educação e das juventudes, ampliando a visibilidade e o interesse pela iniciativa.

O Rec'n play, festival de inovação e tecnologia realizado pelo Porto Digital, em Recife, recebeu um trilho especial LED ao longo de quatro dias e teve mais de 1.300 participantes.

### LED em números

**4.000 participantes presenciais na primeira edição do festival**

**3.436 projetos inscritos no Prêmio**

**30 milhões de pessoas assistiram ao programa Especial LED na TV Globo**

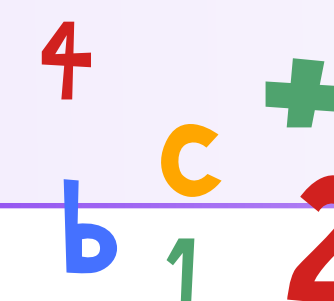
**128 mil pessoas assistiram ao festival ao vivo pelo Globoplay e g1 e 6,9 mil horas foram assistidas**

**Mais de 980 usuários da Comunidade LED só em 2022**

**Festival contou com 50 conversas, 11 oficinas, mais de 100 palestrantes, 38 talentos Globo e 43 experiências.**

**84 mil acessos no site Festival LED**

**Mais de 1 milhão de acessos no site Movimento LED**





# criança esperança



GRI 3-3 | filantropia corporativa | incentivo à cultura de doação | GRI 203-1

Mantemos – em parceria com a Unesco – uma das mais longevas iniciativas sociais do país, responsável por incentivar a cultura de doação e criar oportunidades de desenvolvimento para crianças e jovens brasileiros, o Criança Esperança.

Desde 2021, com o contexto imposto pela pandemia de evasão escolar e em alinhamento com a nossa estratégia focada em educação, o projeto passou a pôr em destaque os desafios enfrentados por crianças, adolescentes e jovens nesse âmbito e a direcionar os recursos para projetos voltados nessa área. O programa anual na **TV Globo** representou um momento importante em que iniciativas envolvendo transformação, por meio da educação e da aprendizagem, foram compartilhadas com o público.

Somente em 2022, foram **R\$ 15,8 milhões arrecadados para 71 projetos espalhados pelas cinco regiões do Brasil**. Um deles foi o projeto “Educar Para Superar a Pandemia”, realizado pela ONG O Pequeno Nazareno, em Fortaleza (CE). Por meio da iniciativa, cerca de 100 crianças foram beneficiadas com acolhimento, de segunda à sexta, como forma de promover o retorno à escola, além de educação esportiva, cultural e cuidados com a saúde física e mental. GRI 203-2

Outra instituição apoiada pelo Criança Esperança foi a Associação Comunitária Nova Vida, em Sapé (PB). Cerca de 300 crianças e adolescentes, entre 6 e 15 anos, foram beneficiadas com ações com foco na promoção de atividades de apoio escolar, psicopedagógicas e de protagonismo infanto-juvenil.





# conscientização e engajamento para educação de qualidade

GRI 3-3 | dar visibilidade à causas

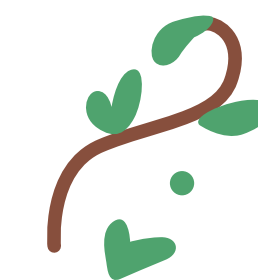
Trabalhamos para dar visibilidade e impulsionar educadores, estudantes e instituições que inspirem e contribuam para contar histórias potentes em educação, gerando novos caminhos para o futuro. Queremos ser a ponte que liga milhões de pessoas a temas relevantes para a sociedade, como a educação e seu poder de transformação.

## Educação na dramaturgia

Na dramaturgia da **TV Globo**, as novelas **Pantanal**, **Mar do Sertão** e **Travessia** abordaram o tema em suas tramas. Em **Pantanal**, após se engajar com a causa da educação, José Lucas (Iranthir Santos) convenceu Irma (Camila Morgado) a criarem uma escola na fazenda do pai, fazendo diversos discursos defendendo a importância do assunto. Em uma das cenas, Jove (Jesuíta Barbosa) mencionou a educação da população como fundamental para a preservação do meio ambiente.

Na novela **Mar do Sertão**, a protagonista Candoca (Isadora Cruz) era professora no início da novela, antes de se tornar médica. Ela sempre exaltou a importância da educação, além de confrontar o então prefeito de Santa Pedra, Sabá Bodó (Welder Rodrigues), por conta da falta de verbas destinadas ao ensino público na cidade, como na cena em que ela descobre que as crianças da escola estão sem merenda.

Na novela **Travessia**, Dante (Marcos Caruso), mentor de Ari (Chay Suede), é um professor humanista e profundo conhecedor da história do Maranhão, que atua pela preservação do patrimônio histórico-cultural. Já Monteiro (Ailton Graça) é um professor de História que dá aulas para o ensino médio no Rio de Janeiro.



### Educação no jornalismo

Ao longo de 2022, o jornalismo da Globo dedicou 135 horas (8.098 minutos) ao tema educação, na **TV Globo**, e mais 44 horas (2.644 minutos), na **GloboNews**.

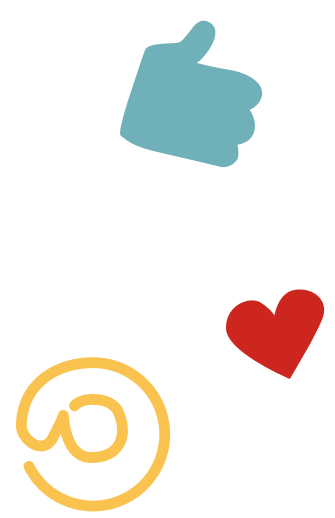
Os dez anos da Lei de Cotas (Lei nº 12.711/2012) nas universidades mereceram cobertura especial na TV aberta e na fechada.

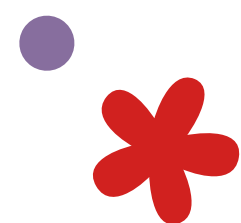


**Programa Miriam Leitão discute Lei de Cotas**



**O Jornal Nacional exibe série especial sobre a Constituição**





No jornalismo regional, as perdas provocadas pelo longo período de escolas fechadas durante a pandemia, e os desafios para superá-las, seguiram como pauta. Além disso, reportagens mostraram como o conhecimento abre portas, seja para os jovens negros da periferia de São Paulo ou para meninas que querem se tornar cientistas em Recife, em um dos programas contemplados com o prêmio LED.



Jornalismo regional mostra espaço conquistado por pessoas negras por meio da educação

### Educação no conteúdo de variedades

A educação também marcou presença no Entretenimento. Na **TV Globo**, além da ativação do **Criança Esperança** e do **Movimento LED**, programas de variedades abordaram o tema de diferentes formas, como a participação em estúdio de educadores para falar sobre formas criativas de engajar os alunos (**É de Casa**) e sobre educação antirracista (**Altas Horas**). Destacam-se também séries especiais como o quadro Encontro com as Letrinhas, no **Encontro com Patrícia Poeta**, que conta com a apresentação das gêmeas Helena e Eduarda. O quadro, que chega ao seu segundo ano no programa, incentiva a leitura e demonstra como livros podem ser um meio para a transformação.

Em comemoração aos 10 anos do **Gloob**, nosso canal infantil, mais de 85 artistas foram convidados para revitalizar um beco em Perdizes (SP). Após o evento, mais de 100 crianças de escolas municipais foram convidadas a conhecer mais sobre grafite e a replicar seu mural favorito em sala de aula. O **Gloob** fez também uma exposição interativa no Memorial da América Latina. Mais de mil estudantes das



g1 mostra trabalho de projeto premiado pelo Movimento LED



escolas públicas da região participaram da ação. O canal lançou, ainda, um documentário que trouxe crianças brasileiras conversando sobre coletividade, educação, arte e esporte, com participação de projetos apoiados pelo **Criança Esperança**. Na estreia do filme **D.P.A. 3 – Detetives do Prédio Azul**, alunos de escolas públicas do Rio de Janeiro assistiram a uma sessão de cinema inteiramente dedicada a eles.

Em 2022, também inauguramos a sexta praça Juntaê, causa social das marcas **Gloob** e **Gloobinho**, na Comunidade Vila dos Papeleiros, em Porto Alegre (RS). Uma parceria **Gloob** com a



instituição socioeducativa Centro Social Marista e o poder público.

## Educação nos produtos digitais

A parceria com projetos de educação voltados para alunos de comunidades também foi experimentada pelos produtos digitais da Globo e, neste caso, ainda alavancou uma das maiores coberturas da empresa: a Copa do Mundo. Em 2022, o **ge** e o **Giga Gloob** desenvolveram um projeto com a AfrôGames, um núcleo fundado em Vigário Geral, uma das regiões mais vulneráveis do Rio, com o objetivo de promover a transformação social e a geração de renda. Na parceria com a Globo, alunos do projeto desenvolveram um *game* de ponta a ponta, desde a conceituação, até a ilustração, codificação e construção da experiência final. Além de gerar conhecimento e oportunidade, o resultado trouxe engajamento: durante a Copa do Mundo, o jogo desenvolvido pelos jovens ficou entre os três *games* mais jogados no app do **gigagloob**. Foram quase 20 mil *plays* em um mês.

As iniciativas de incentivo à educação também podem ser vistas na diversidade de formatos digitais. No **g1**, a oferta de conteúdo em áudio conecta a pauta educativa à rotina do público, levando conhecimento a quem tem pouco tempo para se atualizar. Em 2022, o podcast **Educação Financeira** teve 706 mil *downloads*. Outro título, o **Funciona Assim**, podcast que explica como funcionam os órgãos e instituições da política brasileira, teve 86 mil *downloads*.

Em vídeo e em texto, os resultados foram ainda mais expressivos. As mais de 450 matérias e 125 vídeos da editoria de Educação do **g1** somaram 32 milhões visualizações de página e dois milhões de *videoviews*. Grande parte dos conteúdos entregues nestes formatos tiveram foco em serviço, como notícias sobre Enem e SISU, mas o produto também deu espaço ao debate social, com a cobertura de temas como *homeschooling*, e ao político, com assuntos como a crise no Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) e as denúncias de corrupção no Ministério da Educação.

Vale ressaltar também que o **g1** ampliou a produção de matérias com o objetivo de educar o público sobre variados temas, dentro da estratégia de *user needs* – adotada após o POD News. Essa prática foi implementada para trazer engajamento, a partir da geração de valor para audiência. Desde 2021, todas as matérias produzidas pelo **g1** são classificadas em seis *user needs* – informar, contextualizar, ensinar, entreter, acompanhar assuntos em alta e inspirar. Em 2022, o volume de matérias produzidas com o objetivo de ensinar cresceu 361%.

No **Globoplay**, além da transmissão do Festival LED, o sinal ao vivo do **Canal Futura** é ofertado gratuitamente na plataforma, contribuindo para distribuição do conteúdo educativo entre os seus 18 milhões de usuários mensais (dados da Comscore, usuários únicos/mês).

# fortalecendo parcerias estratégicas

GRI 3-3 | filantropia corporativa | incentivo à cultura de doação | incentivo ao voluntariado | GRI 203-1

A Globo apoia organizações da sociedade civil também por meio da destinação de impostos via incentivos fiscais. Apoiamos 11 projetos, em 2022, por meio do Fundo do Idoso e do Fundo da Infância e da Adolescência (FIA) e, desses, 10 iniciativas têm foco em educação. São eles: Perifa 60+, do FA.VELA (MG); Longevidade com Cidadania, do Centro de Desenvolvimento e Cidadania (PE); Projeto +60 Digital, da Rede Paulo de Tarso (MG); Projeto Amparo, do Hospital do Barretos (SP); Academia Pérola Negra, do Viva Rio (RJ); Lar dos Meninos, do Sistema Divina Providência (MG); Afrobrasilidades, da Instituição Acorde (SP); Pelo Direito à Vida IV, do Hospital Pequeno Príncipe (PR); Germinar, do Serviço de Tecnologia Alternativa (PE); e Trilha do Saber, do Centro Mineiro de Reabilitação Auditiva (MG).

Uma nova parceria também foi destaque em 2022 na Globo. Junto da “Mobilização para a Redução da Desigualdade”, campanha lançada pela Associação Brasileira de Empresas de Software (ABES), redirecionamos mais de 23 toneladas de equipamentos eletrônicos. Os recursos financeiros gerados com os equipamentos viabilizaram a doação em comodato de 140 notebooks que irão contribuir com a formação de 420 jovens e adultos da ONG RECODE PRO, que, há quase 30 anos, se dedica à formação e

empoderamento digital de jovens em situação de vulnerabilidade social, em 12 estados brasileiros.

O PrograMaria - negócio de impacto social de formação e engajamento de mulheres na tecnologia, apoiado pela Globo desde 2020, também foi beneficiado com a ação, recebendo a doação de oito máquinas.

## Para quem doar

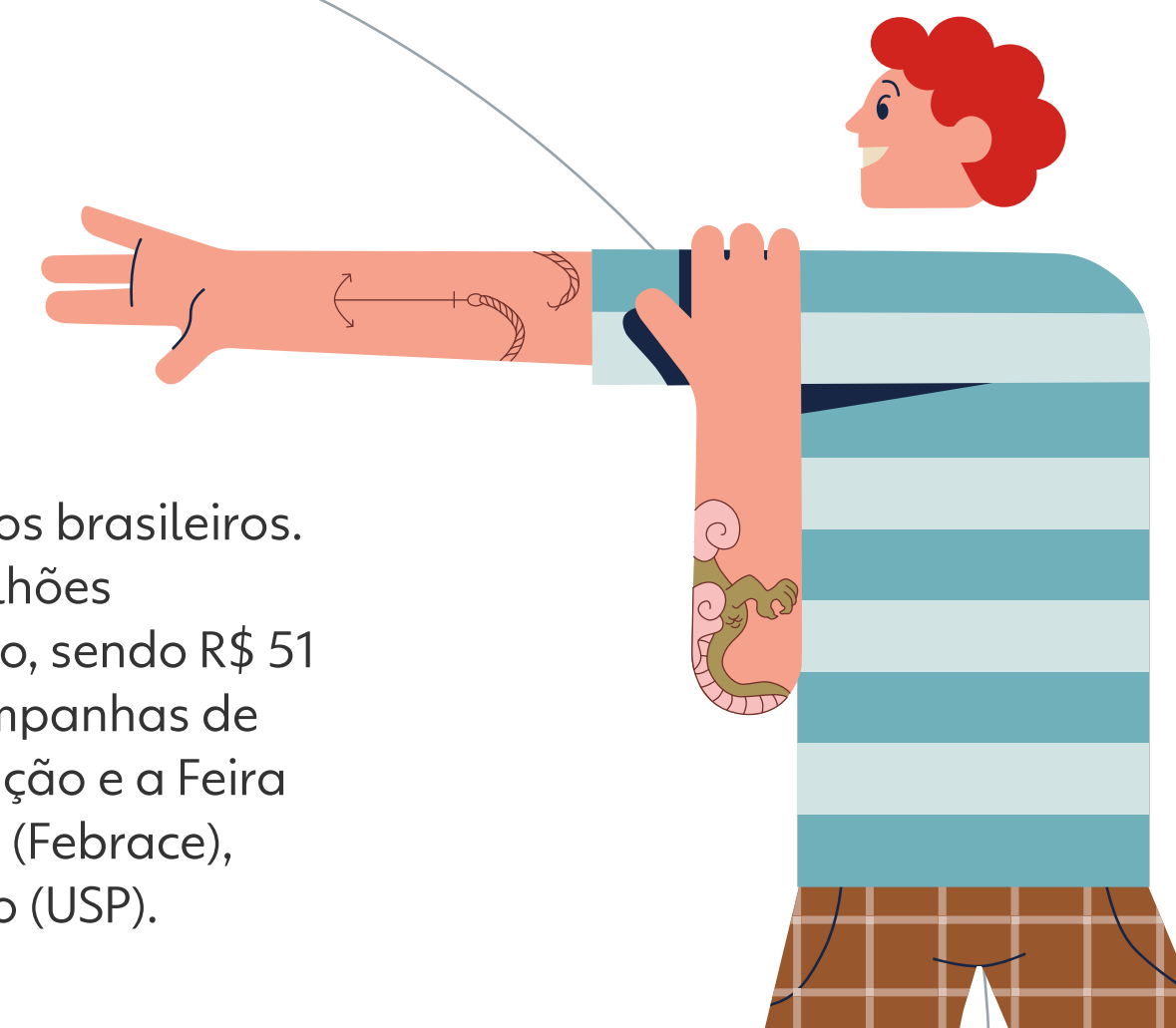
[ParaQuemDoar.com.br](https://www.paraquemdoar.com.br) é uma plataforma da Globo, lançada em abril de 2020, que conecta doadores a quem está trabalhando incansavelmente para fazer a diferença no Brasil.

Com o apoio de uma rede de curadores, fortalecemos a cultura de doação e iniciativas de impacto de todas as regiões do país. Só em 2022, apoiamos 30 instituições de educação, contribuindo para a doação de cerca de R\$ 600 mil.

## Ativos de mídia

Além dessas ações, a Globo realiza cessão de mídia para organizações que atuam com a educação e sua defesa, bem como campanhas que contribuem para a disseminação dos

principais desafios educacionais dos brasileiros. Ao todo, em 2022, foram R\$ 214 milhões investidos na temática da educação, sendo R\$ 51 milhões para dar visibilidade a campanhas de terceiros, como o Todos pela Educação e a Feira Brasileira de Ciências e Engenharia (Febrace), ligada à Universidade de São Paulo (USP).





## Em parceria com a Fundação roberto Marinho

A cessão de mídia também contribui para o avanço do compromisso e para o fomento dos programas de educação da Fundação Roberto Marinho, como o **Telecurso**, **Canal Futura**, **Aprendiz Legal** e **CO.LIGA**, voltados à formação de professores, educação de jovens e adultos e qualificação profissional dos mais jovens.

Com a Fundação Roberto Marinho, a Globo estabelece parcerias sólidas no campo educacional. Juntos, produzimos conhecimento e pesquisa, desenvolvemos e distribuimos conteúdo e soluções para milhões de brasileiros, atuamos em defesa das causas da educação de qualidade com equidade para todas e todos no país. A Globo disponibiliza recursos e oferece suporte às principais frentes de trabalho da Fundação, trazendo sustentabilidade e segurança operacional e institucional, como é o caso do **Canal Futura**, disponibilizado gratuitamente por meio do **Globoplay** e distribuído a partir do parque tecnológico da Globo.

Em um movimento contínuo de convergência em objetivos e na ação, Globo e Fundação Roberto Marinho vêm avançando e gerando impacto, ao concentrar seus esforços de investimento social na atuação em defesa da educação. São organizações que se complementam ao atuar de forma combinada - por um lado, promovendo a comunicação pela educação de qualidade e, pelo outro, contribuindo concretamente junto a territórios e populações

de maior vulnerabilidade educacional, ao desenvolver e implementar soluções educacionais para não deixar nem um pra trás.

Essa aliança é que torna possível promover a educação como vetor de transformação do país. Reconhecendo e impulsionando as iniciativas que representam o futuro da educação e promovendo narrativas únicas e encantadoras sobre educação, incentivamos brasileiros a estudar e a compreender a importância da educação para si e para o conjunto da sociedade. Também contribuimos para viabilizar diálogos sobre a qualidade da educação e a participação cidadã. O objetivo é fortalecer a Fundação Roberto Marinho e sua atuação por uma educação de qualidade e com equidade para todas e todos.



# sobre este relatório

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

Concluimos mais um relatório ESG, um espaço para apresentarmos nossos compromissos e ações socioambientais, além de darmos mais transparência sobre nossa governança. Aqui é mais um lugar para que todos os *stakeholders* nos conheçam melhor e se reconheçam nas ações da empresa.

Este relatório, assegurado pela Bureau Veritas, é apresentado em conformidade com a Norma GRI 2021 (inclusive o suplemento setorial para empresas do setor de mídia) e com o *standard* para mídia e entretenimento do Sustainability Accounting Standard Board (SASB).

Por mais um ano, nossos temas materiais também foram relacionados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 das Nações Unidas.

Nosso relatório é anual. Os dados que apresentamos nesta edição são referentes ao período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2022 e abrangem a TV Globo (canal aberto), os 20 canais por assinatura, nossas plataformas digitais (g1, ge, gshow e Cartola) e o Globoplay (*streaming*). Nós também divulgamos Demonstrações Financeiras que são auditadas pela EY. 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](mailto:ir@g.globo).

conversa com a liderança

destaques do ano

na globo

#1 impacto social do conteúdo

#2 diversidade & inclusão

#3 desenvolvimento & bem-estar dos colaboradores

#4 biodiversidade & consciência ambiental

#5 governança transparente & responsável

#6 educação como vetor de transformação do país

sobre este relatório

ambições e metas

anexos

# carta de asseguração

## Declaração de verificação independente – bureau veritas

### INTRODUÇÃO

O Bureau Veritas Certification Brasil (Bureau Veritas) foi contratado pela Globo Comunicação e Participações S/A (GLOBO), para conduzir uma verificação independente do seu Relatório Anual GLOBO 2022 (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 Princípios<sup>1</sup> da Global Reporting Initiative<sup>TM</sup> para Relatórios de Sustentabilidade e se refere à prestação de contas do período de 01 de janeiro a 31 de dezembro de 2022.

### 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 verificação 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 e SASB e amostragem de informações);
3. Análise de evidências documentais fornecidas pela GLOBO para o período coberto pelo Relatório (2022);
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 3000<sup>2</sup>, incorporados aos protocolos internos de verificação do Bureau Veritas.

### 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 VERIFICAÇÃO

Para a elaboração deste Relatório de Sustentabilidade a GLOBO utilizou o resultado da matriz de materialidade, que foi consolidada a partir da escuta de *stakeholders* – consumidores, colaboradores, anunciantes, investidores e acionistas – por meio de pesquisas, grupos focais e entrevistas, somada a um diagnóstico da situação da empresa em relação aos temas identificados como relevante;

- 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.

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



## RECOMENDAÇÕES

- O software que realiza a gestão da legislação aplicável e é utilizado pela área de Saúde e Segurança do Trabalho, controla os requisitos de saúde e segurança pertinentes ao negócio. Sugere-se abranger o escopo deste sistema para as demais legislações aplicáveis ao setor, referentes a meio ambiente, qualidade e responsabilidade social.
- A empresa apresenta várias CIPA's - Comissão Interna de Prevenção de Acidentes; SESMT - Serviços Especializados em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho e um Comitê Executivo de Segurança. Contudo as reuniões realizadas não foram formalizadas por meio de atas de reuniões, por exemplo. Recomenda-se a elaboração de atas para as reuniões realizadas e elaboração de procedimentos abrangendo as responsabilidades do Comitê Executivo de Segurança.
- Verificado a criação de um GT - Grupo de Trabalho para mapeamento e identificação de novas oportunidades voltadas para a ampliação do reuso de água na matriz hídrica da empresa. Recomenda-se a elaboração de atas de reunião para acompanhamento das ações realizadas por este GT.
- Os Estúdios Globo são vizinhos de uma área de reserva ambiental, o Parque Estadual da Pedra Branca, unidade de conservação remanescente da Mata Atlântica. Assim apresentam algumas ações como o catálogo de fauna e flora, o qual mapeia as principais espécies que habitam o entorno. Sugere-se a elaboração de

uma matriz de aspecto e impacto ambiental visando o mapeamento dos possíveis impactos ambientais reais e potenciais (adversos e benéficos), gerados pela empresa, bem como as devidas medidas de mitigações.

- A empresa demonstrou estratégias no tema de aperfeiçoamento na transição de carreira sendo evidenciado ações mais robustas relacionadas aos cargos de diretoria e gerência. Recomenda-se avançar em ações ligadas a transição de carreira para demais níveis hierárquicos
- As informações sobre empregados e trabalhadores que não são empregados 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.

## 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 190 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

<https://www.bureauveritas.com.br/pt-br/fale-com-gente>

São Paulo, abril de 2023.



**Francisco Martins de Almeida Rollo**

Gerente Técnico de Sustentabilidade Bureau Veritas Certification – Brasil



**Luciana de Freitas Soares de Oliveira**

Auditores-líder Assurance Sustainability Reports (ASR) Bureau Veritas Certification – Brasil

# créditos



**Diretor Executivo Responsável:**  
Manuel Belmar

**Líderes dos grupos de trabalho:**

**Impacto social do conteúdo:**  
Mariana Bomfim, Ricardo Villela  
e Samantha Almeida

**Diversidade e inclusão:**  
Kellen Julio e Samantha Almeida

**Desenvolvimento e bem-estar dos colaboradores:**  
Carolina Vaz Moreira

**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

**Coordenação Relatório ESG:**  
Guilherme Bennett e Luisa Wanderley

**Indicadores:**  
Amanda Regueira

**Coordenação Estratégica Jornada ESG:**  
Likilia Morris e Bárbara Ferrão

**Consultoria em Estratégia ESG:**  
Danielle Fiabane

**Agradecemos aos integrantes dos grupos 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

**Fotos:**  
Cesar Alves, Daniela Toviansky, Estevam Avellar, Fábio Rocha, Fabio Tito, Homero Xavier, Humberto Souza, João Cotta, João Miguel Júnior, Juan Ribeiro, Luan Pereira, Madu Oliveira, Maurício Fidalgo, Renato Rocha Miranda, Thaty Aguiar, Lucas Fernandes e Acervo Globo

# Ambições e metas 2030

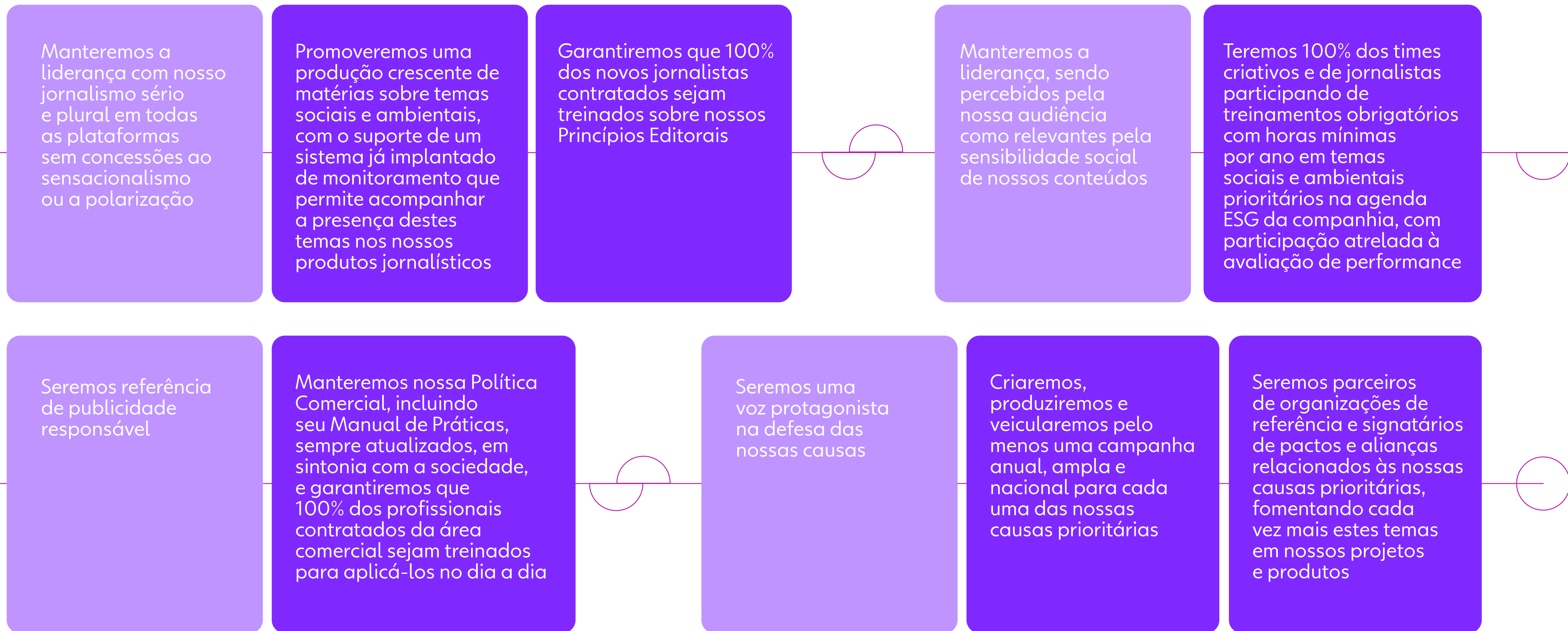


# compromisso #1

## Impacto social do conteúdo

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

● Ambição ● Meta Pública



# compromisso #2

## Diversidade & inclusão

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

● Ambição ● Meta Pública

Teremos mais da diversidade brasileira representada nos nossos times

Ampliaremos a diversidade nas equipes internas, com foco em negros, mulheres, população LGBTQIA+ e pessoas com deficiência (grupos sub-representados priorizados pela companhia)

Recrutaremos, no mínimo, 50% de mulheres e negros até 2030

Ampliaremos projetos focados na atração de talentos destes grupos sub-representados\* para posições de liderança

Trabalharemos de forma contínua as parcerias com instituições voltadas para a empregabilidade de pessoas de grupos sub-representados\*

Nossas lideranças serão embaixadoras da diversidade e inclusão na Globo

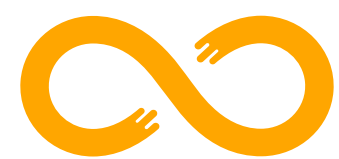
Teremos, a cada ano, a participação de pelo menos 80% da liderança, incluindo áreas de conteúdo (estúdios, jornalismo e esporte) nos treinamentos de diversidade e inclusão e de *compliance*

Garantiremos a presença (quantitativa e qualitativamente) de grupos sub-representados e de suas vivências sociais em nossos conteúdos

Direcionaremos 50% das novas vagas nos times de conteúdo, que contemplam: time de Produção (produtores parceiros e produtores), time de Direção (diretores artísticos e assistentes de direção) e time de Criação/Criadores (autores, produtores de conteúdo e pesquisadores) para pessoas de grupos sub-representados\*, considerando o diagnóstico de principais ausências nos desenvolvimentos e/ou produções

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-SP

\* Grupos sub-representados priorizados pela empresa em 2022: negros, mulheres, população LGBTQIA+ e pessoas com deficiência.



# compromisso #3

● Ambição ● Meta Pública

## 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.

Seremos reconhecidos pelas oportunidades de desenvolvimento contínuo e inclusivo que oferecemos a quem trabalha conosco

Seremos, cada vez mais, uma empresa onde os colaboradores percebam ter oportunidades de se desenvolver no dia a dia

Oferecemos oportunidades de desenvolvimento que vão além do foco profissional, formando melhores cidadãos para a sociedade

Teremos ações que promovam a aproximação dos nossos colaboradores com iniciativas sociais que gerem impacto na sociedade

Teremos oportunidades de desenvolvimento para colaboradores com foco em temas sociais e ambientais

Seremos reconhecidos como uma empresa com ambiente de trabalho que zela pela saúde mental e qualidade de vida

Fortaleceremos nosso programa de saúde e bem-estar, destacando uma cultura de saúde preventiva

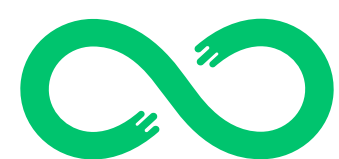
Seremos uma empresa que preza, ainda mais, por uma cultura de segurança do trabalho

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

Seremos uma empresa que contribui para combater a desigualdade social do Brasil ao zelar pelas melhores condições de trabalho para os colaboradores e a cadeia de terceiros/fornecedores

Garantiremos pelo menos 95% de conformidade (documentos de criticidade alta, média e baixa) dos terceiros / fornecedores prestadores de serviço com relação ao cumprimento dos requisitos legais e trabalhistas com seus colaboradores





# compromisso #4

## Biodiversidade & consciência ambiental

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

● Ambição ● Meta Pública

Buscaremos, incansavelmente, a inovação para consumir cada vez menos recursos naturais

Zeraremos a utilização de combustíveis fósseis na operação direta

Teremos 100% da nossa energia de fontes renováveis

Praticaremos o reuso de água nos principais endereços e minimizaremos a utilização de água potável

Realizaremos uma redução ambiciosa das emissões e dos resíduos de nossas operações

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

Seremos uma empresa Aterro Zero, através 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 multiuso)

Promoveremos a cultura de inovação e gestão para a sustentabilidade ambiental de forma transversal em toda a empresa

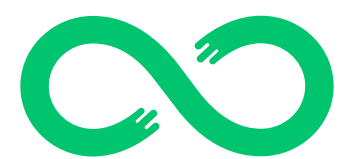
Buscaremos o conceito de “design sustentável” desde a concepção até a implementação nos processos produtivos

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)

Teremos 100% de produções dos Estúdios Globo aplicando as premissas de Produções Verdes

Seremos empresa ativa no debate de soluções para as questões ambientais no Brasil, participando e articulando parcerias





# compromisso #4

## Biodiversidade & consciência ambiental

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

● Ambição ● Meta Pública

Estimularemos nossos fornecedores e parceiros a inovarem para uma melhor gestão socioambiental, de forma estruturada em nossos processos e relações

Seremos uma voz ativa e reconhecida em grupos corporativos de discussão ligados ao tema ESG na cadeia de fornecedores e no setor das *mediatechs*

Teremos uma estratégia corporativa de fomento e inspiração para criações de conteúdos e ações de sensibilização na temática ambiental

Teremos um fórum interno permanente promovendo diálogos com especialistas e lideranças criativas da empresa para inspiração, debate e consultoria no desenvolvimento de conteúdos relacionados ao tema ambiental

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





# compromisso #5

## Governança transparente & responsável

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

● Ambição ● Meta Pública

Fortaleceremos a governança em todos os níveis da Globo

Teremos membros independentes no Conselho de Administração

Promoveremos mais diversidade na composição do Conselho de Administração

Consolidaremos a governança da agenda ESG da companhia

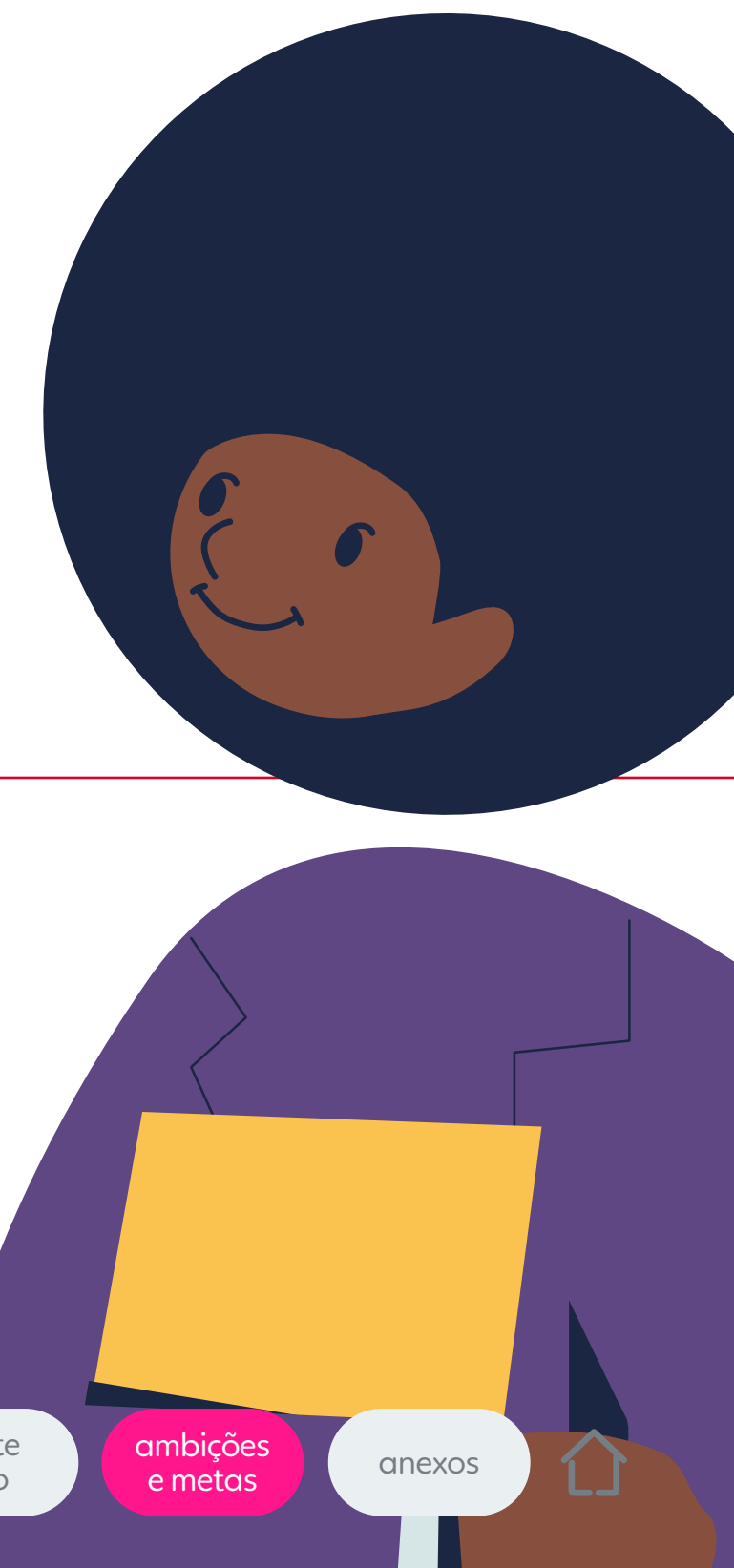
Implementaremos metas atreladas aos temas ESG

Teremos supervisão da implementação da agenda ESG pelo Conselho de Administração e Comitê Executivo

Fortaleceremos a governança de *compliance*, levando os temas de impactos reputacionais e de marca às discussões estratégicas da empresa

Disseminaremos a cultura de *compliance* também em nosso ecossistema (cadeia de fornecedores, afiliadas, produtoras e parceiros de negócio)

Multiplicaremos conhecimentos de gestão de programas de *compliance* em pequenas e médias empresas (projeto mentoria)



# compromisso #5

## Governança transparente & responsável

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

● Ambição ● Meta Pública

Ambição  
Ampliaremos o alcance da nossa política anticorrupção para além da empresa, impactando nossa cadeia de valor e terceiros

Meta Pública  
Disseminaremos a cultura de combate à corrupção também em nosso ecossistema (cadeia de fornecedores, afiliadas, produtoras e parceiros de negócio)

Ambição  
Teremos a segurança e proteção à privacidade como diferenciais competitivos e viabilizadores do nosso negócio

Meta Pública  
Obteremos certificações independentes, que atestem a maturidade do programa de segurança da informação

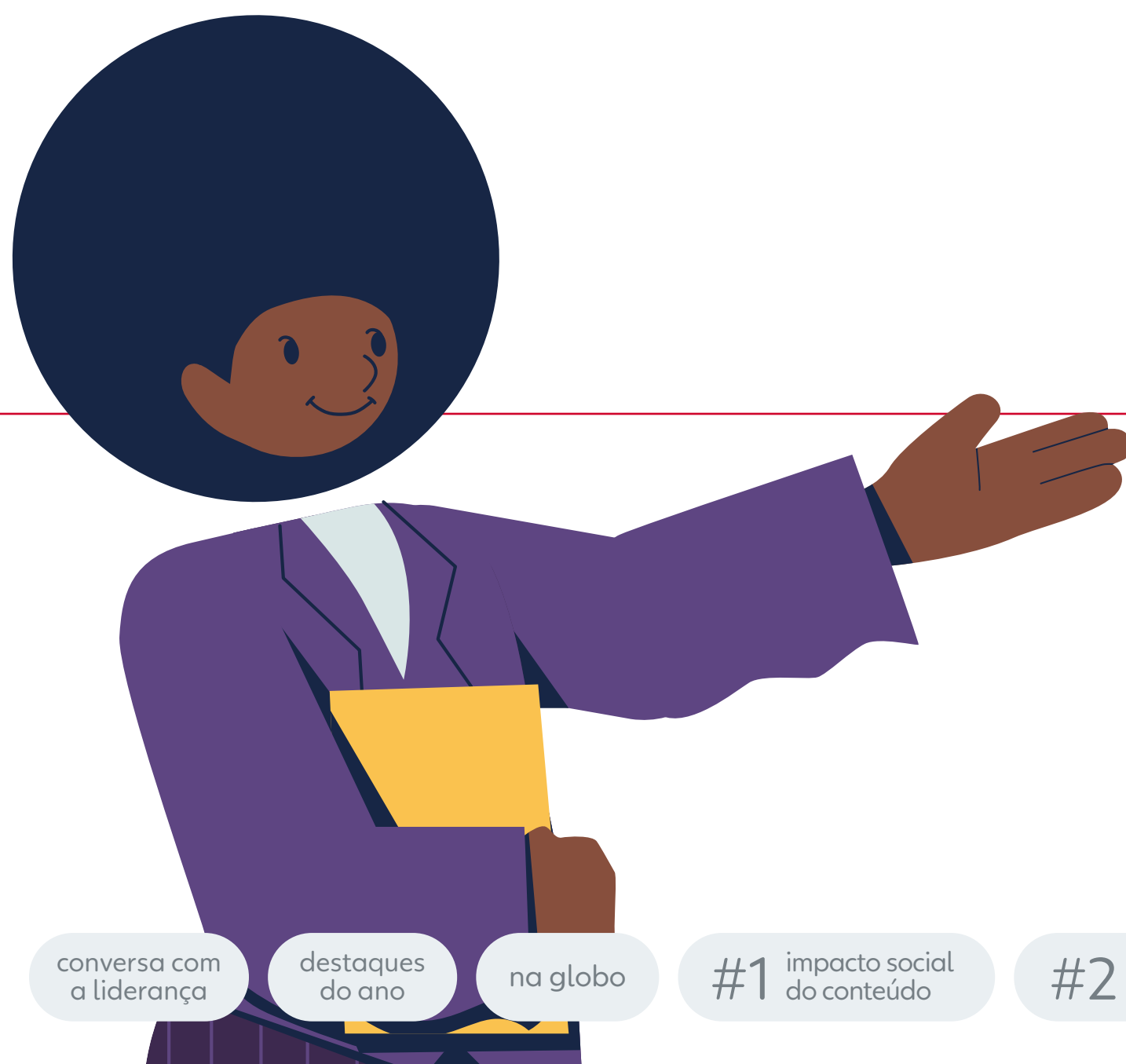
Ambição  
Seremos protagonistas nas discussões sobre o tema segurança da informação e proteção de dados pessoais, consolidando a nossa atuação institucional em diversos níveis

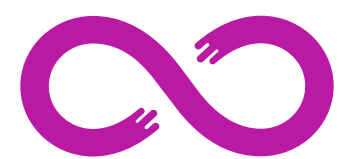
Meta Pública  
Disseminaremos o conhecimento na sociedade, contribuindo para a formação de uma cultura de segurança e de privacidade e proteção de dados pessoais

Ambição  
Seremos referência e articuladores ativos no tema da proteção da propriedade intelectual na nossa indústria

Meta Pública  
Consolidaremos a nossa atuação institucional de liderança junto às associações setoriais

Ambição  
Articularemos uma atuação conjunta e eficiente da indústria audiovisual e poder público para combater a pirataria





# compromisso #6

## Educação como vetor de transformação do país

Apoiar ativamente a educação como vetor de transformação do Brasil.

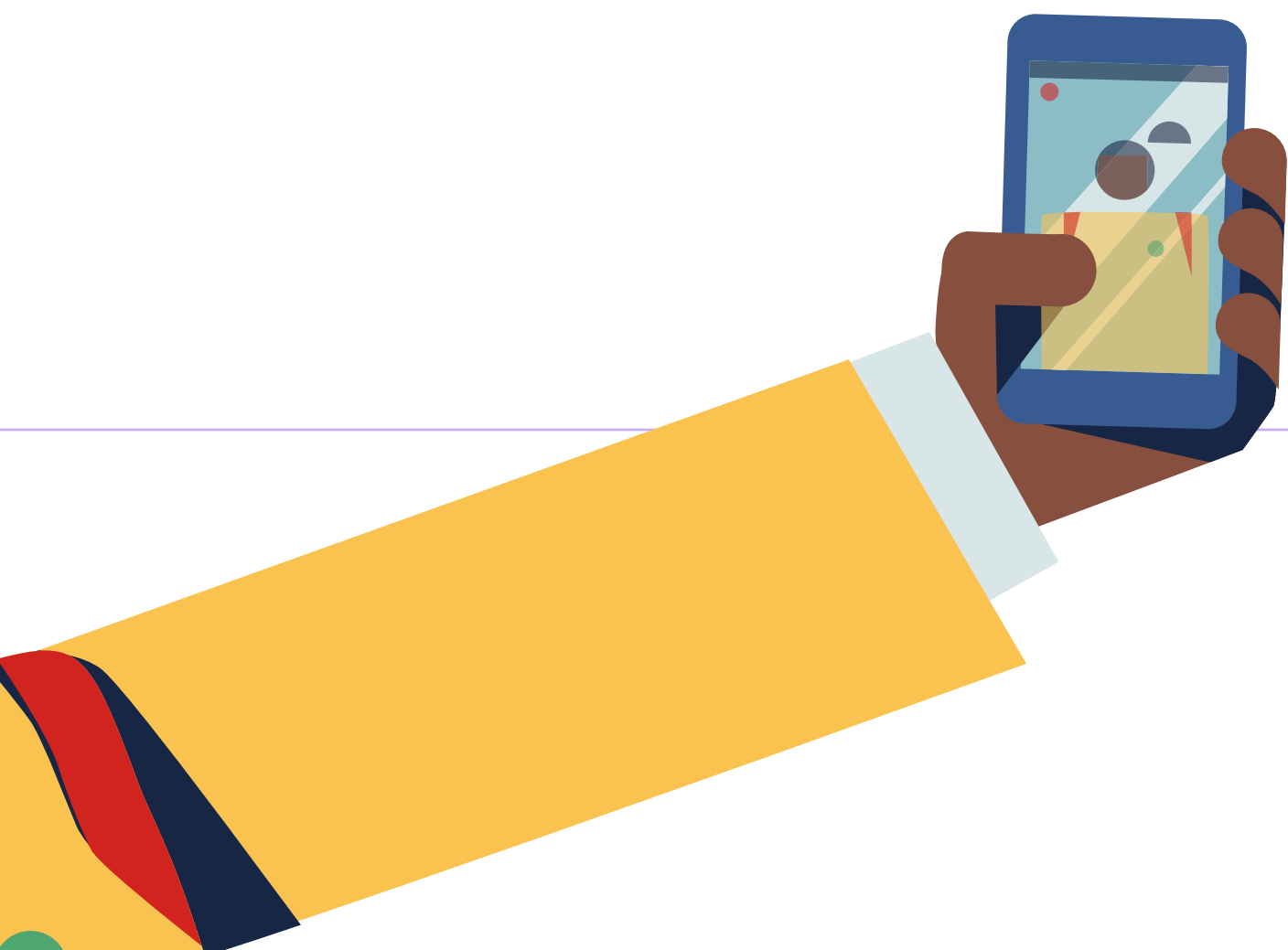
● Ambição ● Meta Pública

A relevância da nossa atuação no campo da educação será reconhecida pela sociedade brasileira

Seremos um ponto de encontro, espaço de troca de experiências e referência entre formadores de opinião e interessados em educação

Atuaremos na construção de alianças estratégicas para a viabilizar campanhas e projetos de impacto em educação

Sistematizaremos iniciativas formando um acervo de casos de sucessos que possam também ser inspiradores em outros contextos



Renovaremos as nossas representações sobre educação e, com isso, contribuiremos para que a sociedade atualize sua percepção sobre o impacto positivo que a educação gera

Fortaleceremos os diversos atores da educação, através de narrativas e representações positivas de professores, gestores e estudantes de forma transversal em nossas multiplataformas

Engajaremos marcas parceiras por meio da criação e difusão, em conjunto, de narrativas que promovam a educação



# compromisso #6

## Educação como vetor de transformação do país

Apoiar ativamente a educação como vetor de transformação do Brasil.

● Ambição ● Meta Pública

Contribuiremos para que famílias e a sociedade compreendam o conceito e se engajem na busca de educação de qualidade com equidade

Organizaremos eventos relevantes sobre qualidade da educação

Produziremos, como prioridade estratégica, conteúdos únicos sobre educação para diferentes públicos, por meio de nossas diversas plataformas, também envolvendo parceiros do mercado publicitário

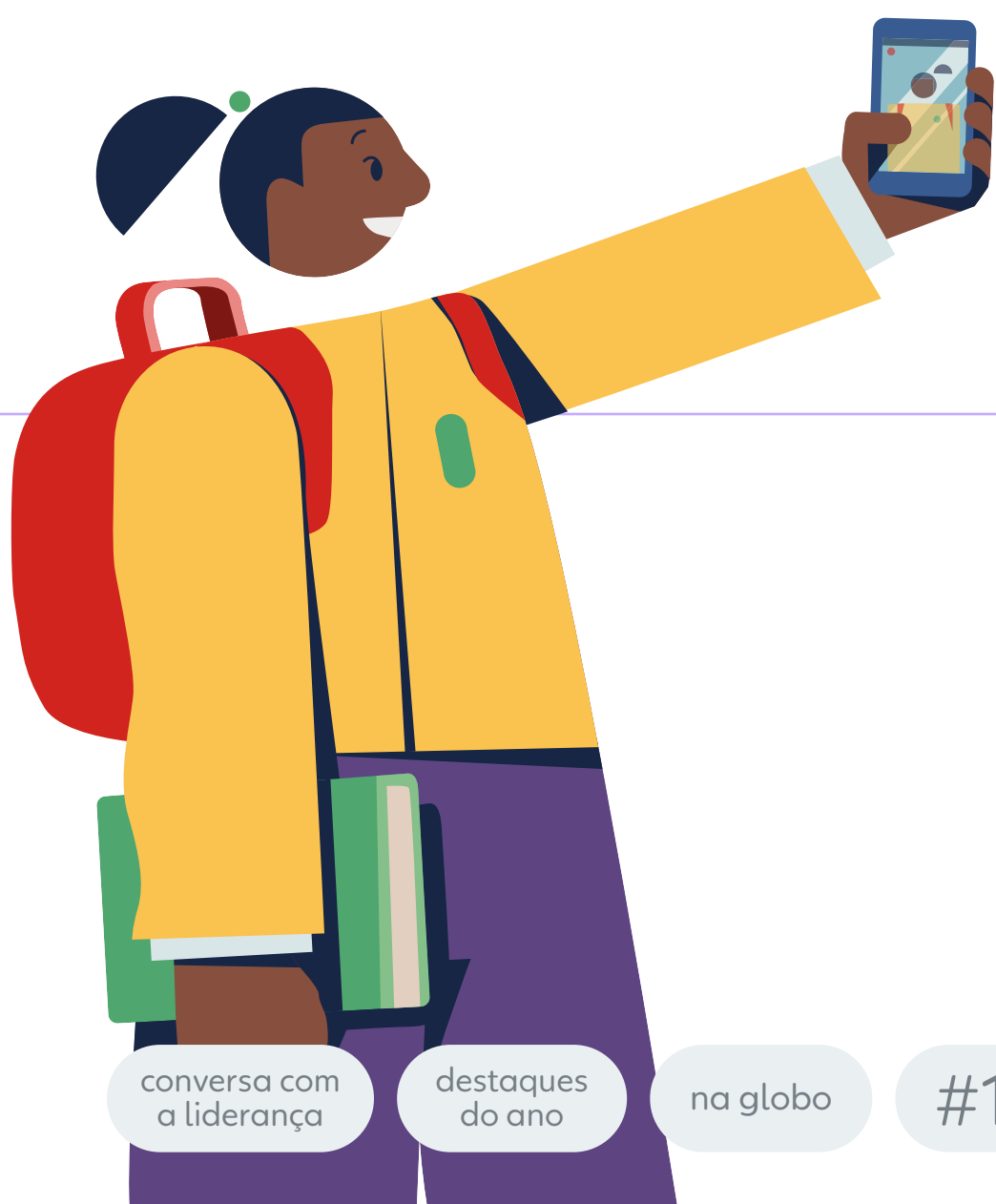
Envolveremos nossas áreas e canais para que se comprometam com entregas anuais que ajudem a tangibilizar o conhecimento sobre educação de qualidade e caminhos para alcançá-la

Promoveremos e daremos publicidade para as ações da Fundação Roberto Marinho, contribuindo para que ela seja reconhecida como parte da Globo na atuação em educação

Articularemos para que as plataformas da Globo e da Fundação Roberto Marinho trabalhem em sintonia, compartilhando soluções e metodologias, através de seus conteúdos

Apoiaremos o Canal Futura pela área de Negócios Globo para que ele, pela sua atuação em comunicação educativa, se torne uma alternativa no mercado publicitário para marcas comprometidas com educação

Engajaremos nosso público interno em ações, plataformas e produtos de ambas organizações



# anexos



conversa com a liderança

destaques do ano

na globo

#1 impacto social do conteúdo

#2 diversidade & inclusão

#3 desenvolvimento & bem-estar dos colaboradores

#4 biodiversidade & consciência ambiental

#5 governança transparente & responsável

#6 educação como vetor de transformação do país

sobre este relatório

ambições e metas

anexos



# conteúdos da GRI

## 2-7 Empregados

Por gênero e regime de trabalho <sup>1,2</sup>	Feminino	Masculino
<b>Empregados</b>	39,1%	60,9%
<b>Empregados Permanentes</b>	38,8%	61,2%
<b>Empregados Temporários</b>	43,6%	56,4%
<b>Empregados em Regime Integral</b>	39,1%	60,9%

Por região e regime de trabalho <sup>1,2</sup>	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
<b>Empregados</b>	2,0%	3,2%	94,5%	0,2%
<b>Empregados Permanentes</b>	2,1%	3,3%	94,4%	0,2%
<b>Empregados Temporários</b>	0,5%	2,2%	97,2%	-
<b>Empregados em Regime Integral</b>	2,0%	3,2%	94,5%	0,2%

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

<sup>2</sup> A Globo não conta com empregados sem jornada de trabalho fixa e nem empregados em regime de meio período. Também não há no quadro funcional empregados da região Norte.

## 2-8 Trabalhadores que não são empregados<sup>3,4</sup>

	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste
<b>Homens</b>	0,7%	2,4%	96,9%
<b>Mulheres</b>	0,9%	0,6%	98,4%

<sup>3</sup> A metodologia adotada foi contagem de trabalhadores no final do período de relato. O vínculo de contrato é de mão de obra temporária. Todos têm prazo determinado de, no máximo, 270 dias.

<sup>4</sup> A Globo não tem terceiros contratados na região Norte e nem na região Sul.



### 302-1 Consumo de energia dentro da organização

Combustíveis não renováveis <sup>1</sup>	Consumo (GJ)
Tipos de combustíveis	
2022	
Gás natural comprado + GLP	2.115,53
Gasolina	318
Diesel	16.270

Combustíveis de fonte renovável <sup>2</sup>	Consumo (GJ)
Tipos de combustíveis	
2022	
Etanol	4.204,00

<sup>2</sup> Não registramos consumo de energia a partir de fonte hídrica ou eólica em 2022.

Consumo total de energia <sup>3</sup>	
Categoria	Consumo (GJ)
2022	
Diesel de geradores	7.813,40
Energia Grid	13.280,40
Energia solar (GD + FV)	6.861,60
Mercado Livre - PCH + Solar + Eólica	347.461,60
<b>Total</b>	<b>375.417,00</b>

<sup>3</sup> Não tivemos consumo relativo a aquecimento, resfriamento ou de vapor em 2022.

<sup>1</sup> Não registramos consumo de energia elétrica gerada (gás natural), vapor comprado (gás natural) e nem óleo 2T em 2022.

Nota: Todos os dados foram obtidos a partir dos controles internos das áreas operacionais da empresa. Incluímos a energia comprada nas categorias de combustíveis renováveis e não renováveis, tendo em vista que, no campo de energia elétrica, não há diferenciação quanto a fonte ser renovável ou não. No consumo total de energia dentro da organização o valor representa toda a energia elétrica consumida, incluindo a energia comprada e a gerada, por fontes renováveis ou não. No total de energia consumida, não há dupla contagem.

Foram considerados:

- GN de restaurantes;
- GLP de restaurantes, equipamentos e de efeitos especiais;
- diesel de geradores, frota e efeitos especiais;
- gasolina de frota e efeitos especiais;
- eletricidade oriunda de compra do Mercado Livre, concessionária, geração própria fotovoltaica e Geração Distribuída fotovoltaica (autoconsumo remoto).

### 3-3 | Gestão de água

Em relação ao consumo de água, para todos os sites, existe o risco potencial de escassez do recurso. Este, no entanto, é um risco de baixa probabilidade.

A utilização de água de poço pode causar impactos no aquífero, caso não seja respeitada a vazão de outorga. A Globo trata esse assunto com responsabilidade e respeita os limites estabelecidos pelas autorizações, de maneira a não comprometer a disponibilidade hídrica nas regiões.

Em relação aos efluentes, podemos identificar dois impactos potenciais. Um deles refere-se a problemas de operação nas Estações de Tratamento de Esgoto (ETEs). Na ETE do Ion, uma falha na operação do condomínio poderia impactar na qualidade do corpo hídrico receptor (Canal de Marapendi). Já falhas operacionais na ETE dos Estúdios Globo (EG) trariam um risco regulatório pelo descumprimento das condicionantes da Licença de Operação. Não identificamos impactos potenciais ao meio ambiente, pois essa ETE é ligada na rede pública de esgoto. O outro impacto potencial diz respeito a ligações equivocadas de tubulações e vazamentos em instalações existentes, que podem provocar contaminações na água subterrânea ou superficial, em especial nos EG, onde temos o Rio dos Passarinhos cortando todo o site.

### 303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado

A captação de água é realizada por meio de concessionária pública, em todos os endereços:

- captação de água de poço - 8 poços outorgados segundo a Portaria SERLA nº 442 de 30 de setembro de 2005 nos EG.
- caminhão pipa - utilizamos caminhões pipa eventualmente nos EG.

A utilização da água é feita da seguinte forma: água potável da concessionária municipal é usada para abastecimento dos parques e consumo humano. Já a água de poço é usada para jardinagem, limpeza de áreas externas e uso sanitário, além de limpeza de equipamentos e veículos.

Todo o consumo de água da Globo é monitorado por um sistema integrado, *online*, de *utilities*. Esse sistema monitora os consumos por fonte (concessionária, reuso ou poço) e gera painéis com a finalidade de avaliar a participação de fontes alternativas em nossa matriz de consumo. O volume de utilização de água de chuva ainda não é monitorado, mas ajustes estão sendo implementados para que passem a compor este monitoramento.

A Globo tem uma meta interna de ampliar a utilização de fontes alternativas (reuso e chuva) em detrimento da água potável. Para isso, foi criado um grupo de trabalho a fim de desenvolver e implementar um Plano Diretor de Recursos Hídricos. Também executamos quatro campanhas anuais de monitoramento de águas superficiais e subterrâneas nos Estúdios Globo, através de 25 poços espalhados pelo *site* para garantir a qualidade do Rio dos Passarinhos e do lençol freático.

### 303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água

Os efluentes produzidos nos Estúdios Globo tanto de origem sanitária quanto industrial são enviados para as estações de tratamento de esgoto e tinta, respectivamente, para passarem pelo tratamento adequado. Após o tratamento bioquímico, o efluente passa pelo processo de osmose reversa e é produzida água de reuso, que tem funções no sistema de refrigeração e rede de incêndio do parque. Por sua vez, o efluente tratado que não é utilizado e o rejeito final da osmose são descartados na rede de esgoto, que envia para a concessionária, que trata novamente e, posteriormente, envia para o emissário submarino. Nosso descarte segue os requisitos estabelecidos na Resolução CONAMA Nº 430.

Além dos Estúdios Globo, no endereço do Ion existe uma Estação de Tratamento de Esgoto (ETE) operada pelo condomínio. Essa ETE segue todos os padrões de lançamento estipulados pela legislação local. No mais, em todos os demais endereços é utilizada a rede pública de esgoto.

As coletas de amostras e as análises de efluentes líquidos e em corpos hídricos são realizadas de acordo com as normas específicas, para atendimento dos parâmetros estabelecidos na Legislação. Internamente, são realizadas análises mensais com laboratório credenciado pelo INEA (Instituto Estadual do Ambiente) e acreditado pelo INMETRO.

### 303-3 Captação de água

Captação total de água <sup>1,2</sup>	Volume (m <sup>3</sup> )
Fontes	
	2022
Água de superfície	55,00
Água subterrânea	69.475,00
Água produzida	39.439,00
Água de terceiros	185.325,00

<sup>1</sup> Não temos captação em áreas de estresse hídrico.  
<sup>2</sup> A captação de água do mar foi zerada nos dois últimos anos.

Tipos de água captada <sup>3</sup>	Volume (m <sup>3</sup> )
	2022
Água doce (sólidos dissolvidos totais ≤1.000 mg/L)	254.855,00
Outros tipos de água (sólidos dissolvidos totais >1.000 mg/L)	39.439,00

<sup>3</sup> Apenas a água de reuso, que é proveniente do tratamento de efluentes dos Estúdios Globo, não foi considerada como água doce.

### 303-4 Descarte de água

Tipos de destinação da água <sup>4,5</sup>	Volume (m <sup>3</sup> )
	2022
Água de terceiros e o volume do total enviado para uso de outras organizações, se aplicável	168.946,00

<sup>4</sup> Não temos captação em áreas de estresse hídrico.  
<sup>5</sup> Não tivemos destinação de água relacionada a água de superfície, nem subterrânea ou do mar em 2022.

Tipos de água descartada <sup>6</sup>	Volume (m <sup>3</sup> )
	2022
Água doce (sólidos dissolvidos totais ≤1.000 mg/L)	84.088,00
Outros tipos de água (sólidos dissolvidos totais >1.000 mg/L)	84.858,00

<sup>6</sup> Apenas a água de reuso, que é proveniente do tratamento de efluentes dos Estúdios Globo, não foi considerada como água doce.

**Nota:** foi considerado que toda a água captada é descartada pela rede de esgoto. Nossa atividade não abrange a utilização de água para a fabricação de produtos, nem seu armazenamento. Considerou-se que todas as cisternas já estavam cheias no início do período avaliado, de forma que não houve retenção adicional de água. Também é considerado que nem toda a água utilizada é descartada no esgoto, pois parte se perde por evaporação, infiltração no solo ou pela rede de águas pluviais, mas não temos o registro desses volumes.



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

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

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

Em tCO <sub>2</sub> e <sup>1</sup>	2022
Escopo 1 <sup>2</sup>	3.433,63
Emissões biogênicas de Escopo 1	387,46
Escopo 2 (localização)	4.400,67
Escopo 2 (mercado)	475,98
Escopo 3 <sup>3</sup>	10.364,96
Emissões biogênicas de Escopo 3	285,54

<sup>1</sup> A abordagem de consolidação escolhida foi controle operacional com base na metodologia oficial do GHG Protocol para o cálculo das emissões.

<sup>2</sup> Combustão estacionária, combustão móvel e gases de refrigeração.

<sup>3</sup> Geradores alugados, carros por aplicativo, taxis, veículos de cooperativas, viagens a negócio (aéreas), equipamentos de terceiros, transporte de resíduos para aterros, volume de resíduos para aterros, Globocop, frete de mensageria e frete aéreo compartilhado.

### 306-3 Resíduos gerados

Tipo de resíduo	Quantidade (t)
Entulho	2.266
Lixo comum	1.781
Madeira	1.851
Heterogêneo	1.163
Recicláveis misturados (coleta seletiva)	521
Orgânico	439
Ferro	367
Galhos e poda	281
Mobiliários (doação)	225
Papelão	55
Baterias	29
Borra de tinta	25
Piso vinílico	25
Equipamentos de tecnologia (doação)	23
Fio elétrico	20
Plástico	19
Efluente sanitário	19
Lâmpadas	22
Plástico duro	12

Tipo de resíduo	Quantidade (t)
Solventes	11
Isopor	10
Cabos de áudio e vídeo	9
Vidro	9
Alumínio	7
Papel	7
Mix de sucata	7
Água oleosa	6
Tintas	5
Mídias	4
Óleo lubrificante	4
Material contaminado (perigoso)	3
Óleo vegetal	3
Sucata eletrônica	2
Cobre	2
Outros perigosos	2
Pilhas	1
Pneus	1
Resíduo ambulatorial	0,43
Outros	0,52
<b>Total</b>	<b>9.250</b>



### 306-4 Resíduos não destinados para disposição final

Material	Tipo de destinação	Quantidade (t)
Alumínio	Reciclagem	7,47
Baterias	Logística Reversa	28,67
Bitucas de cigarro	Reciclagem	0,01
Cápsula de café	Reciclagem	0,09
Cartuchos e toneres	Logística Reversa	0,1
Cobre	Reciclagem	1,6
Decorflex	Reciclagem	25,16
Entulho	Reutilização	1.707
Equipamento de tecnologia	Doação	22,5
Ferro	Reciclagem	366,93
Fio de áudio e vídeo	Reciclagem	9,37
Fio elétrico	Reciclagem	20,35
Galhos e poda	Compostagem	265,17
Isopor	Reciclagem	1,38
Lâmpadas	Logística Reversa	7,5
Lâmpadas retrofit	Logística Reversa	14,74
Latinhas de alumínio	Reciclagem	0,02
Madeira c/ receita	Reutilização	221,32
Materiais reutilizados	Doação	9,37
Mix de sucata	Reciclagem	7,33
Mobiliário	Doação	224,97
Óleo lubrificante usado	Refino	4,04

Material	Tipo de destinação	Quantidade (t)
Óleo vegetal usado	Reciclagem	3,08
Orgânico	Compostagem	48,67
Outros recicláveis	Reciclagem	520,66
Papel	Reciclagem	7,41
Papelão	Reciclagem	55,46
Pilhas	Reciclagem	0,5
Plástico	Reciclagem	19,12
Plástico duro	Reciclagem	12,47
Pneu	Logística Reversa	1,17
Sucata eletrônica	Logística Reversa	0,22
	Reciclagem	1,43
Tampinhas	Reciclagem	0,05
Tecidos		0,25
Tinta	Doação	4,77
Vidro	Reciclagem	9,17
<b>Total</b>		<b>3.629,11</b>



### 306-5 Resíduos destinados para disposição final

Material	Tipo de destinação	Quantidade (t)
Água oleosa	ETE Industrial	5,59
Borra de tinta	Coprocessamento	25,24
Embalagens contaminadas	Coprocessamento	0,3
Entulho	Aterro sanitário	559,76
Esgoto sanitário	Estação de tratamento de efluente	19,04
Galhos e poda	Aterro sanitário	15,69
Heterogêneo	Aterro sanitário	1.163,09
Isopor	Aterro sanitário	8,48
Lixo comum	Aterro sanitário	1.737,32
	Coprocessamento	43,79
Madeira s/ receita	Aterro sanitário/ Recuperação energética	1.630
Material contaminado com óleo	Incineração	3,28
Mídias	Coprocessamento	4,2
Orgânico	Recuperação energética	390,78
Outros perigosos	Aterro sanitário	0,04
	Coprocessamento	1,34
Pilhas	Coprocessamento	0,8
Resíduo ambulatorial	Autoclave	0,43
Solventes	Coprocessamento	10,9
<b>Total</b>		<b>5.620,05</b>

### 404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado

Gênero	Horas	Categoria Funcional	Horas
Feminino	14	Diretor	10,5
Masculino	13,1	Gerente	23,5
		Supervisor/Especialista	14,4
		Equipe	12,2
		Equipe Técnico Funcional	10,4

### 404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira

	Diretor	Gerente	Supervisor/Especialista	Equipe	Equipe Técnico Operacional
Feminino	79,48%	87,93%	79,50%	0,00%	0,00%
Masculino	84,26%	93,45%	81,36%	0,00%	0,00%



## 405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados

### Órgão de governança

#### Gênero

Masculino	76,7%
Feminino	23,3%

#### Faixa etária

Abaixo de 30 anos	0%
De 30 a 50 anos	30%
Acima de 50 anos	70%

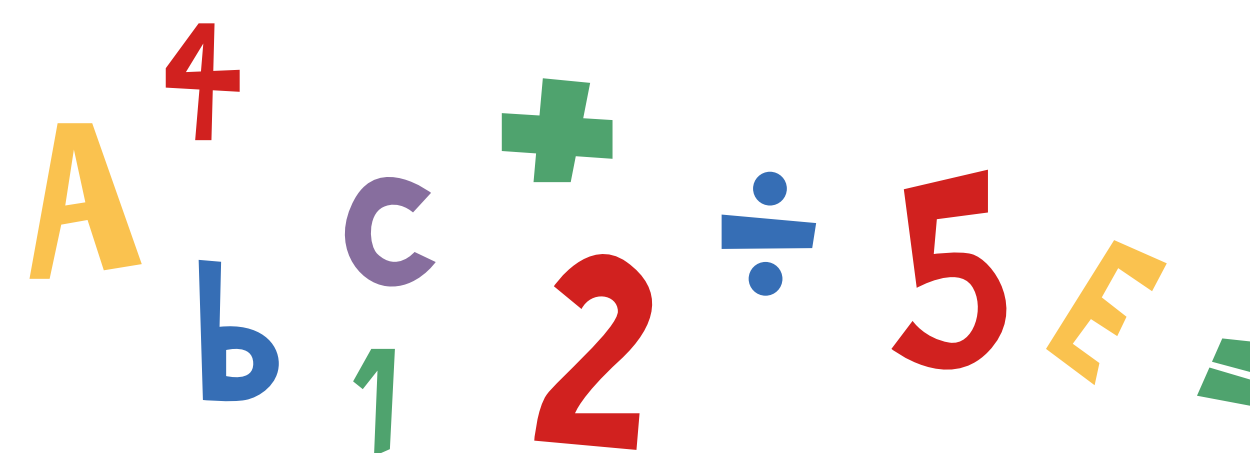
Categoria Funcional <sup>1</sup>	Masculino	Feminino
Administração	59,6%	40,4%
Profissionais	61,2%	38,8%
Demais funcionários	42,5%	57,5%

<sup>1</sup> O número total está contemplando estagiários e aprendizes, não contemplados nas visões por regime de trabalho apresentado no conteúdo GRI 2-7. Todos estão sendo contabilizados em Demais funcionários.

Categoria Funcional <sup>2</sup>	Abaixo de 30 anos	De 30 a 50 anos	Acima de 50 anos
Administração	2,9%	16,8%	80,3%
Profissionais	21,7%	14,1%	64,3%
Demais funcionários	94,9%	-	5,1%

<sup>2</sup> O número total está contemplando estagiários e aprendizes, não contemplados nas visões por regime de trabalho apresentado no conteúdo GRI 2-7. Todos estão sendo contabilizados em Demais funcionários.

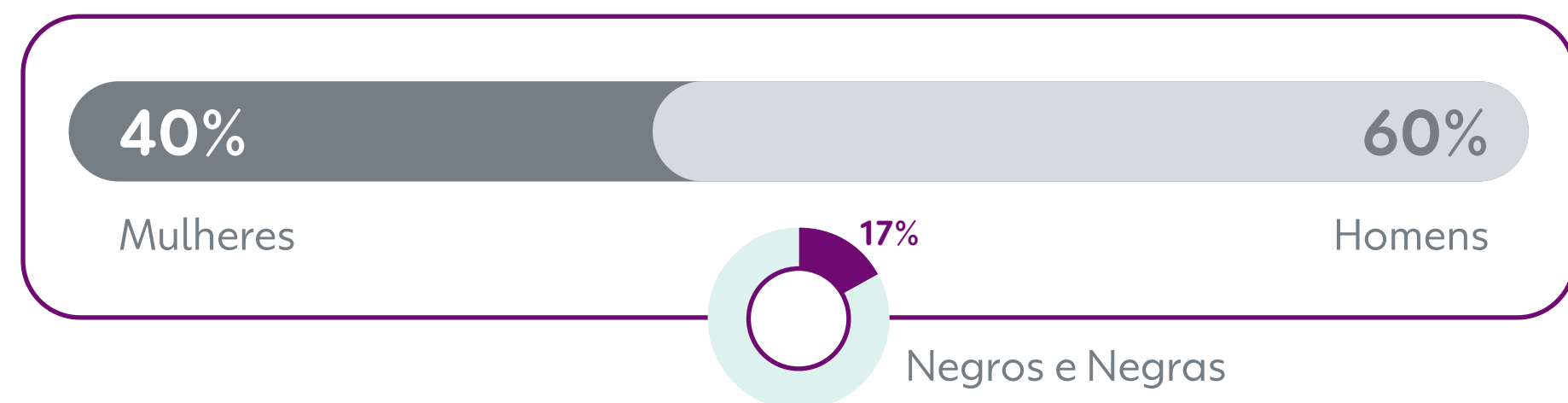
Cor/Etnia <sup>3</sup>	Porcentagem
Amarela	1,5%
Branca	65,1%
Indígena	0,2%
Parda	23,1%
Preta	10,2%



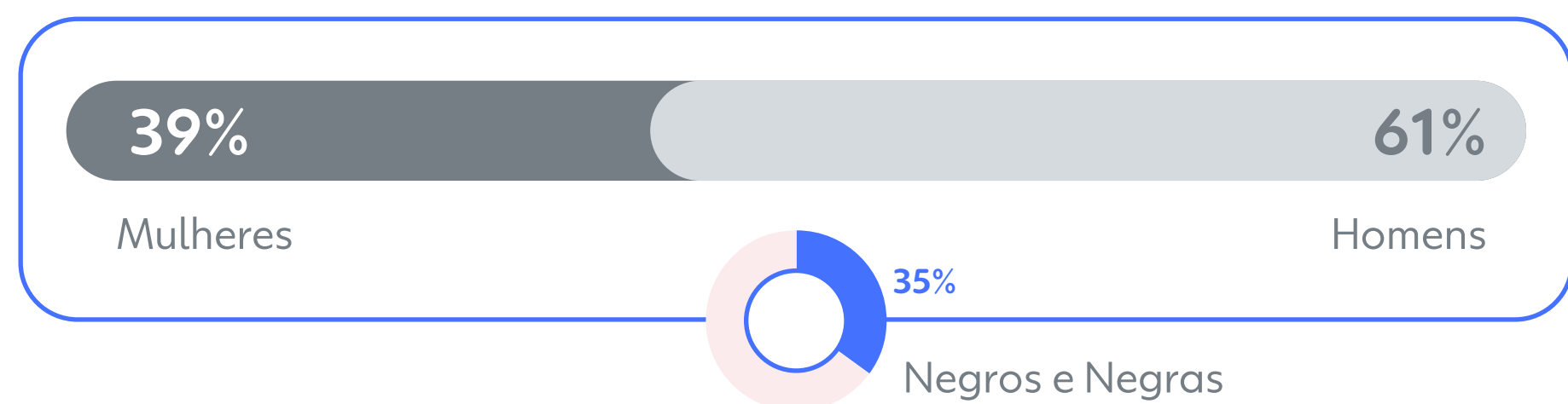
# indicadores SASB

SASB SV-ME-260a.1: O percentual em gênero e grupo racial/étnico representado.

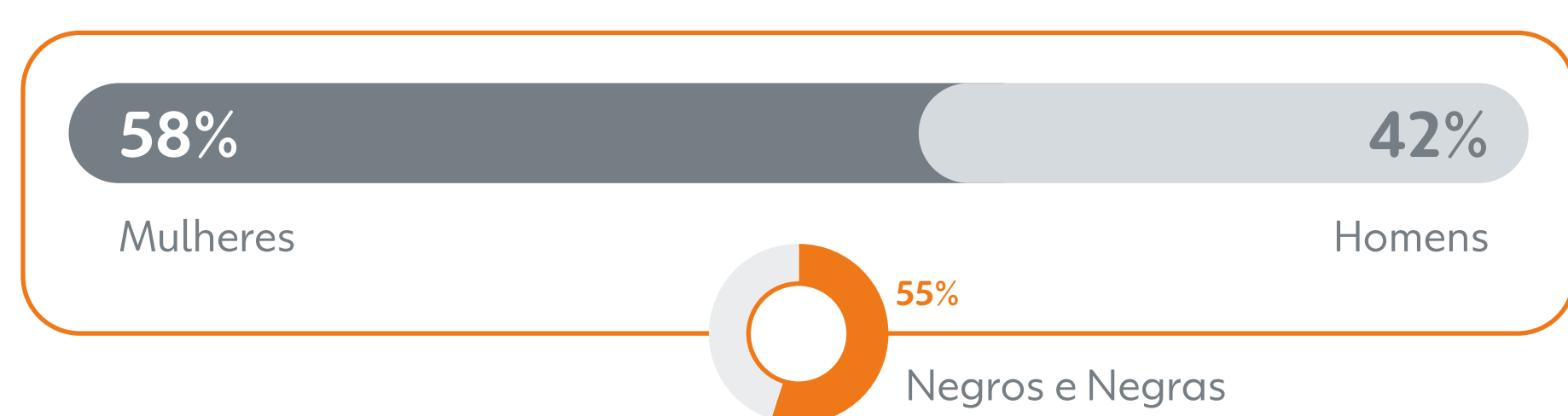
## Administração



## Profissionais



## Demais funcionários



## SASB SV-ME-000.A

Total de espectadores	138 milhões (alcance médio semanal)
Famílias alcançadas pela TV aberta	74 milhões
Assinantes de TV a cabo	14,7 milhões (21% das casas com TV no Brasil)
Circulação de revistas e jornais	Não se aplica

## SASB TC-IM-130A.1

Total de energia consumida	390.511,13 (GJ)
Percentual de eletricidade do grid	3%
Percentual de energia renovável	92%

## SASB TC-IM-130A.2

Total de água consumida	294,3 (m³)
Percentual de consumo por fonte, identificando áreas de estresse hídrico	0,02%
Concessionária	57,4%
Pipa	5,56%
Poço	23,6%
Reuso	13,4%



# compromissos x GRI x SASB x ODS

Compromisso	Temas materiais relacionados	ODS relacionados	Conteúdos SASB relacionados
<b>Impacto social do conteúdo</b>	Jornalismo confiável e plural; Representatividade nas telas; Dar visibilidade a causas; Publicidade responsável; Proteção de audiências vulneráveis	16, 17	Pluralismo (SV-ME-260a.2), Integridade jornalística e identificação de patrocinadores (SV-ME-270a.3)
<b>Diversidade &amp; inclusão</b>	Diversidade na equipe; Assédio e discriminação; Representatividade nas telas;	5, 10	Pluralismo (SV-ME-260a.1)
<b>Desenvolvimento &amp; bem-estar dos colaboradores</b>	Saúde e bem-estar dos colaboradores; Desenvolvimento dos colaboradores; Direitos trabalhistas; Diálogo com stakeholder; Direitos humanos; Transparência e equidade na remuneração	3, 4, 5, 8, 10	
<b>Biodiversidade &amp; consciência ambiental</b>	Conscientização social e ambiental; Gases de efeito estufa; Proteção da biodiversidade; Gestão de energia; Gestão de resíduos; Impacto ambiental de fornecedores; Gestão de água;	6, 7, 11, 12, 13, 14, 15	Pegada ambiental de infraestrutura de hardware (TC-IM-130A.1, TC-IM-130A.2)
<b>Governança transparente &amp; responsável</b>	Combate à corrupção; Segurança da informação; Proteção da propriedade intelectual; Valores e normas claros; Conselho independente e diverso; Ouvidoria; Gerenciamento de riscos;	12, 16	Proteção à propriedade intelectual e pirataria (SV-ME-520a.1)
<b>Educação como vetor de transformação do país</b>	Dar visibilidade a causas; Filantropia corporativa; Proteção de audiências vulneráveis; Incentivo à cultura de doação; Incentivo ao voluntariado	4, 5, 10, 11, 16	

# sumário de conteúdo da GRI

Declaração de uso A Globo relatou em conformidade com as Normas GRI para o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2022.

Norma GRI 1 usada Fundamentos 2021

Norma(s) GRI Setorial aplicada(s) GRI G4 Suplemento Setorial de Mídia

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>GRI 2: Conteúdos Gerais 2021</b>								
<b>A organização e suas práticas de relatórios</b>	2-1 Informações da organização	Globo Comunicação e Participações S/A. Sociedade anônima privada de capital fechado, situada na rua Lopes Quintas, 303 - Jardim Botânico - 22460901 - 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.						N
	2-2 Entidades incluídas no escopo do reporte de sustentabilidade da organização	pg. 79						N
	2-3 Período reportado, frequência e ponto de contato	pg. 79. O relatório foi publicado em abril de 2023.						N
	2-4 Reformulações de informações	Não há						N
	2-5 Asseguração externa	pg. 79						N
<b>Atividades e trabalhadores</b>	2-6 Atividades, cadeia de valor e outros relações comerciais	pg. 8 e 11				3		N
	2-7 Empregados	pg. 92. Optamos por relatar esse conteúdo apenas em percentual.				8, 10		S
	2-8 Trabalhadores que não são empregados	pg. 92. Optamos por relatar esse conteúdo apenas em percentual.						S

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>GRI 2: Conteúdos Gerais 2021</b>								
Governança	2-9 Estrutura e composição de governança	pg. 61						S
	2-10 Nomeação e seleção do mais alto órgão de governança	Todos os acionistas descendentes com mais de 25 anos receberam uma pequena parcela de ações da empresa, incluindo ações com direito a voto. Em paralelo, executamos ciclos de treinamentos, conduzidos por profissionais experientes, a fim de promover a capacitação desses acionistas, com preparações periódicas.						N
	2-11 Presidente do mais alto órgão de governança	pg. 61						S
	2-12 Papel do mais alto órgão de governança na supervisão do gestão de impactos	pg. 60				16		N
	2-13 Delegação de responsabilidade pela gestão de impactos	pg. 60				5, 16		N
	2-14 Papel do mais alto órgão de governança no relato de sustentabilidade	pg. 12				16		N
	2-15 Conflitos de interesse	pg. 60				5, 16		N
	2-16 Comunicação de preocupações cruciais	pg. 63				16		N
	2-17 Conhecimento coletivo do mais alto órgão de governança	pg. 60						N



# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>GRI 2: Conteúdos Gerais 2021</b>								
<b>Governança</b>	2-18 Avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança	pg. 60						N
	2-19 Políticas de remuneração		Todos os requisitos	Restrições de confidencialidade				N
	2-20 Processo para determinar remuneração		Todos os requisitos	Restrições de confidencialidade		16		N
	2-21 Proporção da remuneração total anual		Todos os requisitos	Restrições de confidencialidade				N
<b>Estratégia, políticas e práticas</b>	2-22 Declaração sobre estratégia de sustentabilidade	pg. 3						N
	2-23 Políticas sobre compromissos	pg. 12						N
	2-24 Incorporação das políticas sobre compromissos	pg. 12						N
	2-25 Processos para remediar impactos negativos	pg. 12						N

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>GRI 2: Conteúdos Gerais 2021</b>								
Estratégia, políticas e práticas	2-26 Mecanismos para buscar aconselhamento e levantar questões	pg. 62						N
	2-27 Conformidade com leis e regulamentos	Considerando o Canal de Ouvidoria e suas tipologias de não conformidade, não temos qualquer não conformidade ambiental ou socioambiental.						N
	2-28 Participação em associações	pg. 12				16		N
Engajamento de partes interessadas	2-29 Abordagem para o engajamento de partes interessadas	pg. 42						S
	2-30 Acordos coletivos	pg. 47. 100% dos colaboradores são cobertos por acordos ou convenções coletivas. Na ausência de negociação coletiva, os colaboradores são tratados dentro da categoria profissional preponderante.				8		N

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>								
	3-1 Processo para determinar tópicos materiais	pg. 13				17		N
	3-2 Lista de tópicos materiais	pg. 13						S
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Assédio e discriminação</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 35						S
<b>GRI 406: Não Discriminação 2016</b>	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	pg. 35				5,8	6	S

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Combate à corrupção</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 62						N
<b>GRI 205: Combate à Corrupção 2016</b>	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	Em 2020, realizamos um <i>risk assessment</i> de compliance através de um escritório de advocacia – BMA Adv. Este relatório embasa nossos passos desde então. Foram consideradas na análise as empresas que compõem o Grupo Globo. 100% das operações foram avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção.				16	10	N
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	pg. 62				16	10	S
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	pg. 62				16	10	S

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Jornalismo confiável e plural</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 17						N
<b>Suplemento Setorial de Mídia</b>	<b>M2:</b> Metodologia para avaliar e monitorar a adesão aos valores da criação de conteúdo	pg. 60						N
	<b>M3:</b> Ações tomadas para melhorar a adesão aos valores de criação de conteúdo e resultados obtidos	pg. 17 e 21						N
<b>Representatividade nas telas</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 21						N
<b>Saúde e bem-estar dos colaboradores</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 43						S

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Saúde e bem-estar dos colaboradores</b>								
<b>GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018</b>	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	pg. 46				3, 8, 12		S
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	pg. 46				3, 8, 12		S
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	pg. 46				8		S
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	pg. 46				8, 16		S
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança do trabalho	pg. 46				8		S
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	pg. 43				3, 8, 12		N
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos de saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócios	pg. 46				8		N
	403-8 Trabalhadores cobertos por um sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	pg. 43				8		N

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Saúde e bem-estar dos colaboradores</b>								
<b>GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018</b>	403-9 Acidentes de trabalho	Contabilizamos no indicador de acidentes do trabalho os eventos com colaboradores próprios. Em 2022, não foram registrados óbitos e nem acidentes de trabalho com consequência grave. Tivemos 85 acidentes de trabalho de comunicação obrigatória, com e sem afastamento.				3, 8, 12, 16		N
	403-10 Doenças profissionais	Contabilizamos no indicador de doenças profissionais os eventos com colaboradores próprios. Em 2022, registramos dois casos de doenças ocupacionais.				3, 8, 16		N
<b>Segurança da informação</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 64						S
<b>GRI 418: Privacidade do Cliente 2016</b>	418-1 Queixas comprovadas relativas a violação da privacidade e perda de dados de clientes	pg. 64				16		S

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Diversidade na equipe</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 32						S
<b>GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016</b>	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	pg. 98				5, 8, 10	6	S
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens		x	Restrições de confidencialidade	As informações salariais são informações sensíveis. A forma como o indicador é calculado não leva em consideração variáveis importantes como tempo de empresa, níveis hierárquicos, tempo no cargo, performance etc.	5, 8, 10	6	S



# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Direitos trabalhistas</b>								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 47						S
GRI 407: Liberdade Sindical e Negociação Coletiva 2016	407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco	pg. 47				8	3	N
<b>Diálogo com stakeholder</b>								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 42						N
<b>Proteção da propriedade intelectual</b>								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 66						N
<b>Dar visibilidade a causas</b>								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 21 e 73						N

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Publicidade responsável</b>								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 29						N
GRI 417: Marketing e Rotulagem 2016	417-3 Casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing	Não houve casos de não conformidade em relação a comunicação de marketing.				16		S
<b>Conscientização social e ambiental</b>								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 55						S
<b>Valores e normas claros</b>								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 62						N
<b>Conselho independente e diverso</b>								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 60						N

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)	
			Requisito omitido	Razão	Explicação				
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>									
<b>TEMAS MATERIAIS</b>									
<b>Direitos humanos</b>									
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 47						S	
<b>GRI 408: Trabalho Infantil 2016</b>	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	pg. 47				5, 8, 16	5	S	
<b>GRI 409: Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo 2016</b>	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo	pg. 47				5, 8	4	S	
<b>Gases de efeito estufa</b>									
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 50						N	
<b>GRI 305: Emissões 2016</b>	305-1 Emissões diretas (Escopo 1) de gases de efeito estufa (GEE)	pg. 95				3, 12, 13, 14, 15	7, 8	N	
	305-2 Emissões indiretas (Escopo 2) de gases de efeito estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia	pg. 95				3, 12, 13, 14, 15	7, 8	N	
	305-3 Outras emissões indiretas (Escopo 3) de gases de efeito estufa (GEE)	pg. 95				3, 12, 13, 14, 15	7, 8	N	
	305-4 Intensidade de emissões de gases de efeito estufa (GEE)			x	Não se aplica.	Não calculamos, pois entendemos que esse tipo de indicador não é aplicável para o nosso negócio.	13, 14, 15	8	N
	305-5 Redução de emissões de gases de efeito estufa (GEE)	pg. 50					13, 14, 15	8, 9	N

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Ouvidoria</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 62						N
<b>Proteção da biodiversidade</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 54						S
<b>GRI 304: Biodiversidade 2016</b>	304-1 Unidades operacionais próprias, arrendadas ou geridas dentro ou nas adjacências de áreas de proteção ambiental e áreas de alto valor de biodiversidade situadas fora de áreas de proteção ambiental	pg. 54				6, 14, 15	8	S
	304-2 Impactos significativos de atividades, produtos e serviços na biodiversidade	pg. 54				6, 14, 15	8	N
	304-3 Habitats protegidos ou restaurados	pg. 54				6, 14, 15	8	N
	304-4 Espécies incluídas na lista vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com habitats em áreas afetadas por operações da organização			x	Informação não disponível		6, 14, 15	8
<b>Gestão de energia</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 50						N

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Gestão de energia</b>								
<b>GRI 302: Energia 2016</b>	302-1 Consumo de energia dentro da organização	pg. 93				7, 8, 12, 13	7, 8	N
	302-2 Consumo de energia fora da organização	pg. 51				7, 8, 12, 13	8	N
	302-3 Intensidade energética		x	Não aplicável.	Não calculamos esse indicador, pois ainda não encontramos a métrica adequada para nossa atividade.	7, 8, 12, 13	8	N
	302-4 Redução do consumo de energia		x	Informação não disponível.	Como alteramos a base de consumo, não é possível inferir sobre reduções.	7, 8, 12, 13	8, 9	N
	302-5 Reduções nos requisitos energéticos de produtos e serviços		x	Informação não disponível.	Com a implementação do projeto "Cloudification", estamos iniciando o monitoramento para entender os ganhos energéticos dessa nova forma de operar através da "nuvem".	7, 8, 12, 13	8, 9	N

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Gerenciamento de riscos</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 63					7,8	N
<b>Gestão de resíduos</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 53						S
<b>GRI 306: Resíduos 2020</b>	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	pg. 53				3, 6, 11, 12		S
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	pg. 53				3, 6, 8, 11, 12		S
	306-3 Resíduos gerados	pg. 95				3, 6, 11, 12, 15		S
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final	pg. 96				3, 11, 12		S
	306-5 Resíduos destinados para disposição final	pg. 97				3, 6, 11, 12, 15		S
<b>Desenvolvimento dos colaboradores</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 41						S

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Desenvolvimento dos colaboradores</b>								
<b>GRI 404: Capacitação e Educação 2016</b>	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	pg. 41 e 97				4, 8	6	S
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	pg 41				8		S
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	pg 42 e 97				5, 8, 10	6	S
<b>Impacto ambiental de fornecedores</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 50						N
<b>Gestão de água</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg 50 e 93						S
<b>GRI 303: Água e Efuentes 2018</b>	303-1 Interações com a água como um recurso compartilhado	pg. 93				6, 12		S
	303-2 Gestão de impactos relacionados ao descarte de água	pg. 94				6		S
	303-3 Captação de água	pg. 94				6		S
	303-4 Descarte de água	pg. 94				6	7,8	S
	303-5 Consumo de água	pg. 52				6	8	S

# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Transparência e equidade na remuneração</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 35						N
<b>Filantropia corporativa</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 72 e 77						S
<b>GRI 203: Impactos Econômicos Indiretos 2016</b>	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	pg. 72 e 77			5, 9, 11			S
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	pg. 72			3, 8, 10			N
<b>Proteção de audiências vulneráveis</b>								
<b>GRI 3: Tópicos Materiais 2021</b>	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 21						N
<b>Suplemento Setorial de Mídia</b>	<b>M4:</b> Ações tomadas para melhorar o desempenho em relação a problemas de divulgação de conteúdo (acessibilidade, proteção a públicos vulneráveis e tomada de decisão informada) e os resultados obtidos	pg. 21 e 29						N
	<b>M5:</b> Número e natureza das demandas (feedbacks e reclamações) relacionadas à disseminação de conteúdo, incluindo proteção a públicos vulneráveis, tomada de decisão informada e acessibilidade, e processos de abordagem dessas respostas.	pg. 22						N



# sumário de conteúdo da GRI

Norma GRI	Conteúdo	Localização	Omissão			ODS	Pacto Global	Asseguração externa (S/N)
			Requisito omitido	Razão	Explicação			
<b>GRI 1: Fundamentos 2021</b>								
<b>TEMAS MATERIAIS</b>								
<b>Proteção de audiências vulneráveis</b>								
Suplemento Setorial de Mídia	M6: Métodos de interação com a audiência e resultados obtidos	pg. 71						S
	M7: Ações tomadas para capacitar a audiência por meio de alfabetização midiática e os resultados obtidos	pg. 71						S
<b>Incentivo à cultura de doação</b>								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 72 e 77						N
<b>Incentivo ao voluntariado</b>								
GRI 3: Tópicos Materiais 2021	3-3 Gestão de tópicos materiais	pg. 77						N

# tabela SASB - Mídia e Entretenimento

## Tópicos de divulgação de sustentabilidade e métricas contábeis

Norma SASB	Tópico	Métrica Contábil	Categoria	Unidade de mensuração	Página / resposta
SV-ME-260a.1	Pluralismo de mídia	O percentual em gênero e grupo racial/étnico representado na (1) administração, (2) profissionais e (3) demais funcionários	Quantitativa	Porcentagem	pg. 99
SV-ME-260a.2		Descrição das políticas e procedimentos para garantir o pluralismo do conteúdo de mídia de notícias	Discussão e análise	N/A	pg. 17
SV-ME-270a.3	Integridade jornalística & Identificação de patrocínio	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	Discussão e análise	N/A	pg. 17
SV-ME-520a.1	Proteção de propriedade intelectual & Combate a pirataria	Descrição da abordagem que visa garantir a proteção de propriedade intelectual	Discussão e análise	N/A	pg. 66
SASB TC-IM-130A.1	Pegada Ambiental de Infraestrutura de Hardware	(1) Total de energia consumida (2) Percentual de eletricidade do grid (3) Percentual de energia renovável	Quantitativa	Numérica	pg. 99
SASB TC-IM-130A.2		(1) Total de água consumida (2) Percentual de consumo por fonte, identificando áreas de estresse hídrico	Quantitativa	Numérica	pg. 99

# tabela SASB - Mídia e Entretenimento

## Métricas de atividade

Norma SASB	Tópico	Métrica Contábil	Categoria	Unidade de mensuração	Página / resposta
SV-ME-000.A		(1) Total de expectadores e o número de (2) famílias alcançadas pela TV aberta, (3) assinantes de TV a cabo e (4) circulação de revistas e jornais	Quantitativa	Numérica	pg. 99



globo