



POLÍTICAS ESG - SOCIAL

Transparência e Ética: Política ESG na Social

A VirtualTV tem o compromisso firme de integrar princípios de sustentabilidade em todas as suas operações, refletindo nossa responsabilidade social, ambiental e de governança. Em conformidade com nossa Política ESG, apresentamos a seguir um resumo das atividades e resultados da área de Social do último ano.

TRANSPARÊNCIA E ÉTICA NO PILAR SOCIAL DO ESG:

Construindo a Economia da Confiança e Mitigando o "Social Washing"

SUMÁRIO EXECUTIVO

No tripé ESG (*Environmental, Social and Governance*), a Ética e a Transparência são frequentemente associadas apenas à Governança ("G"). No entanto, é no pilar Social ("S") que a falta de ética e a opacidade geram os danos mais imediatos e humanos. Escândalos de trabalho escravo na cadeia de suprimentos, assédio moral silenciado internamente, vazamento de dados de clientes ou campanhas de marketing que exageram o impacto social ("Social Washing") destroem o ativo mais valioso de uma organização: a **Confiança**.

Este documento estabelece as diretrizes para uma gestão social eticamente robusta e radicalmente transparente. Abordamos desde a integridade dos canais de denúncia e a rastreabilidade da cadeia de valor até a responsabilidade no uso de dados e a veracidade dos relatórios de sustentabilidade. O objetivo é demonstrar que a ética não é apenas um imperativo moral, mas a base da licença social para operar no século XXI.

CAPÍTULO 1: A ECONOMIA DA CONFIANÇA E O RISCO SOCIAL

1.1. A Interseção entre o "S" e o "G"

Embora a "Ética" seja um tema de Governança, ela se manifesta no Social.

- **O Paradoxo:** Uma empresa pode ter excelentes políticas ambientais ("E"), mas se falhar eticamente no tratamento de pessoas ("S") — seja discriminando funcionários ou ignorando abusos de fornecedores —, sua reputação desmorona.



POLÍTICAS ESG - SOCIAL

- **A Nova Moeda:** Na economia digital, a confiança é a moeda corrente. Consumidores, talentos e investidores exigem saber não apenas *o que* a empresa vende, mas *como* ela produz e *quem* ela impacta.

1.2. O Fenômeno do "Social Washing"

Assim como o *Greenwashing* (maquiagem verde), o *Social Washing* ocorre quando uma empresa exagera ou fabrica conquistas sociais em seu marketing.

- **Exemplos:** Usar bandeiras LGBTQIA+ no logo em junho enquanto não contrata pessoas trans; divulgar doações pontuais para esconder baixos salários internos.
- **O Risco:** A desconexão entre o discurso público e a prática interna é hoje facilmente detectável por *whistleblowers* (denunciantes) nas redes sociais, gerando crises de imagem devastadoras.

CAPÍTULO 2: ÉTICA INTERNA E DIREITOS HUMANOS

A ética começa em casa. A transparência interna é o primeiro passo para a credibilidade externa.

2.1. O Código de Conduta Vivo

Muitas empresas possuem Códigos de Ética que são apenas documentos PDF esquecidos na intranet.

- **Abordagem ESG:** O Código deve ser um documento vivo, treinado regularmente, com linguagem acessível e exemplos práticos do cotidiano (dilemas éticos reais). Ele deve deixar claro que o lucro nunca justifica o desrespeito aos Direitos Humanos.

2.2. Canais de Denúncia e Proteção ao Denunciante

O "sistema imunológico" da ética corporativa.

- **Requisitos de Transparência:** O canal deve ser gerido por terceiros (para garantir isenção), anônimo e acessível a todos (inclusive terceirizados).
- **Tolerância Zero à Retaliação:** A maior barreira ética é o medo. A política deve garantir explicitamente que ninguém será punido por denunciar de boa-fé. A transparência aqui significa divulgar estatísticas (não nomes) sobre denúncias recebidas e resolvidas, provando que o sistema funciona.

2.3. Equidade e Transparência Salarial

Um tabu corporativo que o ESG está quebrando.



POLÍTICAS ESG - SOCIAL

- **A Diretriz:** Caminhar para a transparência nas faixas salariais e critérios de promoção. A obscuridade salarial esconde discriminações de gênero e raça. Estudos mostram que a transparência salarial reduz o *pay gap* (brecha salarial).

CAPÍTULO 3: ÉTICA NA CADEIA DE SUPRIMENTOS (SUPPLY CHAIN)

A maior vulnerabilidade ética de grandes empresas não está em seus escritórios, mas em suas cadeias de fornecimento globais e complexas.

3.1. Due Diligence (Diligência Prévia) em Direitos Humanos

Não basta o fornecedor assinar uma cláusula contratual dizendo que não usa trabalho escravo.

- **Ação Ética:** Realizar auditorias presenciais e não anunciadas.
- **Ação Transparente:** Publicar a lista de fornecedores (Tier 1 e, idealmente, Tier 2). Grandes marcas de moda e tecnologia já fazem isso (rastreabilidade pública) para que ONGs e consumidores possam fiscalizar.

3.2. Compras Responsáveis

A ética é uma via de mão dupla. Se a empresa compradora esmaga as margens do fornecedor ou exige prazos impossíveis, ela está, indiretamente, incentivando aquele fornecedor a cortar custos na segurança do trabalho ou a usar horas extras não pagas.

- **Prática ESG:** Alinhar o departamento de Compras (*Procurement*) com o departamento de Sustentabilidade.

3.3. Minerais de Conflito e Matérias-Primas Sensíveis

Para indústrias específicas (eletrônicos, joias), a transparência sobre a origem dos minerais (garantir que não financiam guerras ou exploração infantil) é mandatória por leis internacionais e pelos critérios ESG.

CAPÍTULO 4: ÉTICA COM O CONSUMIDOR E NA COMUNIDADE

Como a empresa se comunica e interage com o público externo.

4.1. Marketing Responsável e Diversidade



POLÍTICAS ESG - SOCIAL

A publicidade molda a cultura.

- **Ética:** Evitar estereótipos nocivos, não sexualizar corpos para vender produtos e garantir que a diversidade nos comerciais reflita a demografia real do país, não apenas uma "cota".
- **Transparência:** Ser honesto sobre os ingredientes, a durabilidade e a origem dos produtos.

4.2. Privacidade e Proteção de Dados (LGPD/GDPR)

A privacidade é um Direito Humano fundamental na era digital.

- **Visão ESG:** O vazamento de dados não é apenas um problema de TI; é um problema Social, pois expõe a vulnerabilidade de clientes e funcionários.
- **Ética de Dados:** Coletar apenas os dados necessários (minimização), usar os dados apenas para o fim consentido e ser transparente sobre como algoritmos de IA tomam decisões que afetam pessoas (ex: concessão de crédito ou triagem de currículos).

4.3. Relacionamento com o Governo e Lobby

A interação com o poder público para influenciar políticas sociais.

- **Transparência:** Divulgar agendas de reuniões com agentes públicos, posicionamentos em associações de classe e doações (onde permitido legalmente). O lobby deve ser feito para defender interesses legítimos de forma clara, não através de suborno ou tráfico de influência.

CAPÍTULO 5: RELATÓRIOS E MENSURAÇÃO (REPORTING)

A transparência se materializa na forma como a empresa presta contas à sociedade.

5.1. A Evolução do Relatório de Sustentabilidade

Sair do formato "revista de marketing" (apenas fotos de pessoas sorrindo) para o formato "relatório técnico de desempenho".

- **Equilíbrio:** Um relatório ético mostra não apenas os sucessos, mas também os fracassos, os desafios não superados e as metas não atingidas. Isso gera credibilidade. Se um relatório diz que tudo é perfeito, o mercado desconfia.

5.2. Dados Auditáveis e Padrões Globais

Utilizar frameworks reconhecidos (GRI, SASB) garante que os dados sejam comparáveis.



POLÍTICAS ESG - SOCIAL

- **Auditoria de Terceira Parte (Asseguração):** Contratar uma auditoria externa para validar os dados sociais (número de acidentes, diversidade, denúncias) da mesma forma que se audita o balanço financeiro.

5.3. Taxonomia Social

Definir claramente o que é considerado "investimento social".

- **Ética:** Não contabilizar custos obrigatórios de operação (como EPIs ou medidas compensatórias exigidas por lei ambiental) como se fossem "investimento social voluntário". Separar claramente o que é obrigação legal do que é iniciativa ESG genuína.

CAPÍTULO 6: GOVERNANÇA DA ÉTICA SOCIAL

Estruturas organizacionais para garantir que o discurso vire prática.

6.1. Comitê de Ética e Conduta

Órgão multidisciplinar (RH, Jurídico, Compliance, Sustentabilidade) responsável por investigar denúncias e atualizar políticas.

- **Independência:** Deve ter autonomia para investigar até mesmo a alta direção.

6.2. O Papel do Conselho de Administração

O Conselho deve supervisionar a cultura ética. Perguntas que o conselheiro deve fazer: "Estamos atingindo nossas metas financeiras às custas de atalhos éticos ou pressão indevida sobre as pessoas?"

6.3. Incentivos e Remuneração Variável

Atrear o bônus dos executivos a metas éticas e sociais (ex: índices de diversidade, clima organizacional, zero acidentes).

- **Clawback Policy:** Cláusulas que permitem à empresa recuperar bônus pagos a executivos se for descoberto posteriormente que eles se envolveram em comportamentos antiéticos ou fraudaram dados sociais.

CONCLUSÃO



POLÍTICAS ESG - SOCIAL

Ética e Transparência no pilar Social não são sobre ser "bonzinho", são sobre ser **confiável**. Em um mundo hiperconectado, a opacidade é um risco de negócio insustentável.

Empresas que adotam a transparência radical sobre seus desafios humanos e mantêm uma bússola ética inegociável constroem resiliência. Elas atraem os melhores talentos (que querem trabalhar em lugares justos), fidelizam clientes (que votam com a carteira) e garantem a segurança jurídica e reputacional para os investidores.

A jornada ESG é uma jornada de verdade. E a verdade, no âmbito social, é a única base sólida para o futuro dos negócios.