

# princípios editoriais e relação com mercado





## **REDE GAZETA**

**Presidente da Rede Gazeta**  
Café Lindenberg

**Diretor-geral**  
Marcello Moraes

**Diretor de Administração,  
Finanças e Recursos Humanos**  
Helder Luciano Oliveira

**Diretor de Inovação e Novos Negócios**  
Dudu Lindenberg

**Diretor de Jornalismo**  
Abdo Chequer

**Diretor de Mercado**  
Márcio Chagas

**Diretor de Tecnologia e Operações**  
Gabriel Moura

**Diretora Regionais Norte e Noroeste**  
Maria Helena Vargas

**Diretor Regional Sul**  
Bruno Passoni

**Gerente de Comunicação Institucional**  
Eduardo Fachetti

**Editora-chefe A Gazeta/CBN Vitória**  
Elaine Silva

**Editor-chefe TV Gazeta/g1 ES**  
Bruno Dalvi

**Projeto gráfico e diagramação**  
Geraldo Netto

# sumário

|   |    |
|---|----|
| <b>princípios editoriais</b>                  | 5  |
| 1. isenção                                    | 6  |
| 2. acusações                                  | 6  |
| 3. suicídios                                  | 7  |
| 4. atentados                                  | 7  |
| 5. casos policiais                            | 8  |
| 6. crianças e adolescentes                    | 8  |
| 7. estupro e abuso sexual                     | 9  |
| 8. audiências vulneráveis                     | 9  |
| 9. sequestros                                 | 10 |
| 10. denúncias anônimas                        | 10 |
| 11. almoços, jantares e festas                | 11 |
| 12. documentos e identificação                | 12 |
| 13. pagamento a entrevistados                 | 13 |
| 14. viagens e hospedagens a convite           | 13 |
| 15. creators, campanhas e posts patrocinados  | 14 |
| 16. participação em lives e eventos externos  | 15 |
| 17. cessão de material editorial              | 15 |
| 18. citação de outros veículos de comunicação | 16 |
| 19. palestras e aulas                         | 16 |
| 20. política de correções                     | 16 |
| 21. imagens e áudio                           | 17 |
| 22. conduta sobre temas político-partidários  | 18 |
| 23. apurações nos perfis pessoais             | 19 |
| 24. informações em off                        | 19 |
| 25. restrições à propaganda                   | 20 |

|  |    |
|--|----|
| 26. participação do público no conteúdo .....  | 20 |
| 27. precisão .....                             | 20 |
| 28. preconceito .....                          | 21 |
| 29. prêmios e concursos .....                  | 21 |
| 30. privacidade e liberdade de expressão ..... | 22 |
| 31. conteúdo não é submetido à fonte .....     | 22 |
| 32. dúvidas? saiba a quem perguntar .....      | 23 |

## **relacionamento com o mercado** .....

24

|   |    |
|---|----|
| 1. contratos .....                                    | 25 |
| 2. anúncios .....                                     | 25 |
| 3. independência .....                                | 25 |
| 4. sigilo das informações .....                       | 25 |
| 5. prestadores de serviços e terceiros .....          | 26 |
| 6. condições para a parceria .....                    | 26 |
| 7. respeito ao nome .....                             | 27 |
| 8. transparência .....                                | 27 |
| 9. presentes e cortesias oferecidos e recebidos ..... | 28 |
| 10. poder público .....                               | 29 |
| 11. entidades associativas .....                      | 29 |
| 12. concorrentes .....                                | 30 |
| 13. campanhas publicitárias .....                     | 30 |
| 14. merchandising em conteúdo infantil .....          | 31 |

# princípios editoriais

Como empresa de comunicação, a Rede Gazeta busca difundir conteúdos com responsabilidade e integridade, em nome do interesse público e com o sentido de estimular a cidadania, a consciência e o desenvolvimento do Espírito Santo no âmbito social, cultural e econômico.

Esses conceitos se refletem na linha editorial da Rede Gazeta, que valoriza, entre outros fatores, a busca da verdade, a independência, o pluralismo, a separação clara entre conteúdo editorial e comercial. Nos conteúdos de Jornalismo e de Entretenimento, deve estar claro o que é informação e o que é opinião, para o público formar seu próprio juízo.

Em seus veículos, programas e negócios, a Rede Gazeta se propõe a ser um conector entre a sociedade e a informação, buscando diariamente a promoção da cidadania, a liberdade de informação e a relação transparente com todos os seus públicos. Por isso repudia qualquer tipo de censura, seja à notícia, seja aos conteúdos da programação, seja à propaganda comercial. Na Rede Gazeta não pode haver assuntos tabus: tudo aquilo que for de interesse público, o que for notícia, deve ser analisado, discutido e publicado.

Também orienta que todo profissional deve abster-se de qualquer prática, ato ou iniciativa que resulte em conflito de interesses e influencie no produto editorial. O código de ética da empresa, o Rede de Valores, detalha as situações que configuram conflito de interesse.

**Para atender a esses compromissos,  
a Rede Gazeta exige dos seus  
profissionais a observância das  
seguintes normas editoriais:**

# 1. isenção

Alinhando-se aos princípios editoriais do Grupo Globo, a Rede Gazeta considera que isenção é palavra-chave para o exercício do jornalismo. Sem ela, a informação fica enviesada, perde qualidade. Por isso, é compromisso da empresa empreender esforços – através de seus profissionais e veículos – para que os conteúdos sejam o mais isentos possível.

A apuração, edição e publicação de uma reportagem, seja ela factual ou analítica, os diversos ângulos que cercam os acontecimentos devem ser abordados. Sempre que possível, essa regra também deve se aplicar aos conteúdos de caráter informativo/noticioso produzidos pela área de Entretenimento.

# 2. acusações

Qualquer pessoa, entidade, empresa, governo ou organismo que sofra alguma acusação deve ser entrevistado e ter sua versão divulgada, no mesmo nível de destaque, simultaneamente com a notícia, salvo exceções, que devem ser sempre tratadas com a Direção de Jornalismo.

Em caso de recusa de entrevista ou esgotadas as possibilidades de localização do entrevistado, tal informação deve constar na notícia.

A Rede Gazeta não divulga nomes de acusados em processos, a menos que tenha ocorrido alguma destas situações: indiciamento, prisões em flagrante, preventiva ou temporária, cumprimento de mandados de busca e apreensão, denúncia aceita pela Justiça ou confirmação de envolvimento por informações consistentes apuradas pelo veículo.

Ninguém poderá ser identificado como criminoso até que tenha sido emitida sentença judicial ou que não reste dúvida quanto à autoria do crime.

## 2.1 uso do verbo em condicional

O jornalista deve se esforçar para deixar claro o que realmente aconteceu, quando isso for possível. Se uma apuração, durante a qual se ouvem várias fontes, estabelecer como fato que certa autoridade disse isso ou aquilo durante uma reunião fechada, o relato deve ser assertivo, sem o uso do condicional. Será dito que “a autoridade disse isso e aquilo”, em vez de “a autoridade teria dito isso e aquilo”.

Se a autoridade negar a afirmação publicamente, deve-se registrar a atitude, não para invalidar a apuração, mas porque a negativa passa a ser ela própria uma informação para o julgamento do público. O condicional só será usado quando a apuração não for suficiente para que o jornalista consolide uma convicção

## 3. suicídios

A menos que o suicida ou ator da tentativa de suicídio tenha vida pública, atos do gênero não devem ser divulgados, exceto se alterar a ordem pública ou mudar a rotina da cidade. Mesmo em episódios envolvendo figuras públicas, o método empregado para o suicídio e a causa do ato devem ser tratados com discrição.

Se o suicídio ou atos de automutilação caracterizarem o comportamento de determinado segmento social, o caso deve ser tratado como informação e receber abordagem jornalística, com o objetivo de alertar a sociedade e as autoridades.

## 4. atentados

Em alinhamento às diretrizes do Grupo Globo, os veículos da Rede Gazeta não divulgarão, jamais, nome e imagem de autores de ataques, assim como vídeos das ações. A decisão segue recomendações dos mais

prestigiados especialistas no tema, para quem dar visibilidade a agressores pode servir como estímulo a novos ataques, criando o chamando “efeito contágio”.

## 5. casos policiais

A Rede Gazeta não trata criminosos confessos ou condenados como celebridades, cujo destaque possa se transformar em mau exemplo para a sociedade.

Quando os assaltantes demonstrarem ter conhecimento prévio de quem são as vítimas (com informações sobre residência e local de trabalho) e estiverem foragidos, os nomes das vítimas não devem ser publicados. Os nomes dos suspeitos devem sempre aparecer se informados pela polícia.

Por se tratar de instrumento para crimes de menor potencial ofensivo, em casos nos quais o desfecho na delegacia for reduzido a termo circunstanciado, fica a critério do editor restringir o nome do acusado. A mesma regra vale para autoridades e políticos quando estiverem envolvidos diretamente em crimes ou em suspeita de crimes.

Em casos em que o delegado informe que a divulgação do nome da vítima ou do suspeito vai atrapalhar as investigações, o nome deve ser suprimido, e, obrigatoriamente, deve ser explicado para o público, com algum destaque, que o nome não foi informado a pedido da polícia. Nos casos em que a polícia não informar o nome das pessoas à reportagem, isso também deve ficar claro.

## 6. crianças e adolescentes

Notícias e reportagens sobre crianças e adolescentes devem obedecer ao Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Em caso de menores de idade suspeitos de atos infracionais, nem os nomes nem as iniciais devem aparecer



na reportagem. O suspeito deve ser considerado criança quando tiver até 12 anos completos e adolescente quando tiver de 12 e um dia a 17 anos. A idade pode ser informada.

Não é permitida a identificação de crianças e adolescentes envolvidos em crimes e em situações de constrangimento, tanto pelo rosto quanto por outras partes do corpo ou pelas roupas. Também não podem ser identificados os pais de crianças e adolescentes envolvidos em crimes. (ECA, 2003, artigo 143).

## 7. estupro e abuso sexual

Notícias sobre casos de estupro e abuso sexual devem omitir o nome da vítima, a menos que ela concorde explicitamente com a sua identificação. Podem ser divulgados o bairro onde o crime aconteceu e a profissão da vítima, com exceção se a informação ajudar na sua identificação.

Independentemente da restrição de publicação, os repórteres têm o dever de buscar a identificação da vítima nos documentos oficiais para registro e possível acompanhamento interno.

Quando a vítima se tratar de criança ou adolescente, a regra permanece a mesma, salvo em casos nos quais o suspeito/acusado for um membro da família. Nessa situação, em respeito ao ECA, o nome do acusado/suspeito também não deve aparecer na reportagem para não expor a vítima. Se houver mais de um acusado e um deles não for parente da criança ou adolescente, o nome pode ser divulgado.

## 8. audiências vulneráveis

Assumindo compromisso com boas práticas de impacto social dos conteúdos que produz, no jornalismo e no entretenimento, a Rede Gazeta buscará treinar seus

profissionais para o adequado tratamento editorial de temas que abordem ou atinjam audiências vulneráveis, consultando especialistas no assunto sensível para minimizar ao máximo os riscos de uma abordagem equivocada ou, em caso mais crítico, que seja ofensiva à sociedade.

## 9. sequestros

Em princípio todos os casos de sequestro devem ser acompanhados e divulgados. Não haverá divulgação se ficar evidenciado, pela autoridade policial ou judicial, que a publicidade do caso poderá agravar a situação da vítima. Além disso, deve-se evitar qualquer tipo de informação que possa ajudar os criminosos.

O pedido da família ou da polícia para que o sequestro não seja divulgado será avaliado pela Direção de Jornalismo.

## 10. denúncias anônimas

Em alinhamento às diretrizes do Grupo Globo, a Rede Gazeta também considera que denúncia anônima não é notícia; é pauta, mesmo se a fonte for uma autoridade pública: a denúncia deve ser investigada à exaustão antes de ser publicada.

Denúncias e acusações, feitas em entrevistas por pessoas devidamente identificadas, que desfrutem de credibilidade, seja pelo cargo que ocupam, seja pela história de vida, podem ser publicadas, sem investigação prévia, mas, necessariamente, acompanhadas da versão dos acusados, de preferência no mesmo dia, quando estes se dispuserem a falar. Denúncias feitas em entrevistas por pessoas sem credibilidade, como criminosos, por exemplo, mesmo se identificadas, devem ser exaustivamente investigadas antes de serem publicadas.

# 11. almoços, jantares e festas

Qualquer reportagem ou artigo que resultar de convite deve deixar claro para o público que o veículo não financiou a cobertura.

Quando se tratar de eventos políticos, disputas de entidades de classe ou outros organismos onde caiba cobertura jornalística, a participação de profissional da Rede Gazeta deverá limitar-se à cobertura - ou seja, concluída a apuração, a permanência em almoço, jantar ou confraternização pode acabar sendo interpretada como relação pessoal com os convidados, o que coloca em dúvida sua isenção. Isso deve ser evitado a todo custo.

Quando se tratar de uma cobertura de evento social onde haja interesse editorial, seja para programa jornalístico ou de entretenimento, o profissional deve ter em mente que está ali a trabalho. Portanto, recomenda-se evitar exageros com consumo de bebidas alcoólicas e/ou postagens em redes sociais que possam colocar em xeque sua sobriedade e seriedade no exercício da atividade profissional.

## 11.1 reembolso

Quando a fonte convidar para um almoço ou para qualquer evento a fim de repassar informações em off ou conceder alguma entrevista, a despesa poderá ser paga por quem convidou, desde que o fato não prejudique a isenção jornalística nem traga constrangimento ao profissional. Caso contrário, a despesa deverá ser paga pelo profissional e reembolsada pela empresa.

## 11.2 vínculos pessoais

É permitido ao profissional participar de eventos particulares como festas de casamento, aniversários ou mesmo pequenos eventos oferecidos por clientes, políticos e autoridades, lembrando sempre que tal presença não deve influenciar o trabalho jornalístico.

É possível que haja relação de amizade entre profissionais da Rede Gazeta e personalidades públicas ou personagens que estejam em destaque no noticiário ou que venham a estar. Em casos dessa natureza ou semelhantes, profissionais nessa situação devem comunicar o fato à chefia imediata, que deverá encontrar meios de superar o conflito.

### 11.3 *pessoal X profissional*

É inadmissível que profissionais da Rede Gazeta façam reportagens em benefício próprio, de familiares ou amigos, ou que deixem de fazer aquelas que prejudiquem seus interesses ou de pessoas de seu relacionamento. Desta forma, espaço editorial – no Jornalismo ou no Entretenimento – não poderá, sob nenhuma hipótese, ser usado para promoção pessoal ou de pessoas com as quais o funcionário tenha vínculo pessoal.

## 12. documentos e identificação

Todos os profissionais de jornalismo devem informar à fonte o nome e a condição de jornalista da Rede Gazeta. As exceções são reservadas a reportagens que, por se destinarem à comprovação de ato ilícito, obriguem a preservação do sigilo da identificação do profissional ou por razões de segurança pessoal.

A Rede Gazeta não forja documentos para a realização de reportagem ou notícia. Eventualmente os profissionais serão autorizados a recorrer a situações ou a nomes fictícios, desde que o artifício se destine à comprovação do ato ilícito. Esses casos passam pela autorização prévia e expressa da Direção de Jornalismo.

## 13. pagamento a entrevistados

Os veículos da Rede Gazeta não fazem nenhum tipo de pagamento, direto ou indireto, a entrevistados da esfera pública ou privada para obtenção de informações ou vantagens, mesmo que a contrapartida seja legítima.

O jornalista tem o dever de esclarecer a fontes não habituadas a entrevistas que as declarações poderão ser usadas em notícia ou em reportagem.

## 14. viagens e hospedagens a convite

Os jornalistas da Rede Gazeta não devem aceitar viagens e hospedagens de cortesia que não tenham cunho eminentemente editorial ou de aperfeiçoamento profissional.

Convite dirigido pessoalmente a qualquer membro da equipe deve ser entendido como um convite ao veículo e comunicado às chefias. Nenhuma viagem de cortesia poderá ser solicitada por profissionais do Jornalismo ou do Entretenimento.

Qualquer reportagem ou artigo que resultar de convite deve deixar claro para o público quem financiou a cobertura. Caso seja imperativo, para a realização de uma cobertura, aceitar carona num veículo da administração pública, seja ela de qual esfera for, isso será dito ao público claramente e, sempre que possível, o governo será ressarcido das despesas.

### 14.1 presentes

Presentes, brindes, ingressos, favores, vantagens, tratamento especial ou privilégios que possam comprometer a integridade do jornalista/colunista e a isenção do trabalho ou causar constrangimento devem ser devolvidos. Quando a devolução não for possível, o Comitê de Ética da Rede Gazeta deve ser informado, e decidirá

sobre a destinação do item, como, por exemplo, a doação para instituições de caridade.

Brindes de valor abaixo de R\$ 500 podem ser recebidos, desde que sejam socialmente aceitáveis e sigam as práticas de mercado. Em caso de dúvida, sempre pergunte à chefia imediata.

É vedado ao jornalista/columnista ter qualquer tipo de benefício ou privilégio em estabelecimentos comerciais. Esses profissionais devem arcar com as despesas pessoais em estabelecimento de comércio e serviços, tais como restaurantes, estéticas, hotéis e salões de beleza, entre outros.

Creators e profissionais ligados à área do Entretenimento deverão obedecer às definições da Diretoria de Mercado e promover marcas, estabelecimentos e/ou prestadores de serviço quando isso estiver de acordo com as políticas comerciais, não incorrendo em concorrência de mercado com a Rede Gazeta, conforme prevê o Rede de Valores.

## 15. creators, campanhas e posts patrocinados

A Rede Gazeta prioriza a identificação e capacitação de talentos internos para criação de conteúdo publicitário ou comercial junto a clientes, em campanhas e posts patrocinados. São os chamados creators.

Este trabalho, por seu caráter de interface comercial, é vedado a funcionários ligados à Diretoria de Jornalismo.

Posts patrocinados, merchandising e outras ações de caráter comercial em redes sociais dos veículos são responsabilidade da Diretoria de Mercado.

### 15.1 rótulos e marcas comerciais

Jornalistas que trabalham nos veículos de notícia não devem exibir propositalmente, em suas redes sociais pessoais, rótulos, marcas comerciais ou quaisquer imagens

que possam ser entendidos pelo público como recomendação ou propaganda de produto ou serviço.

## 16. participação em lives e eventos externos

É autorizada a participação de funcionários da Rede Gazeta em lives e eventos como mestres de cerimônia ou mediadores, desde que não seja por concorrente da empresa em quaisquer áreas de negócios. Todas as participações devem ser informadas previamente ao gestor imediato para autorização de participação.

Por alinhamento com as diretrizes do Grupo Globo, profissionais ligados aos conteúdos jornalísticos não podem ser associados a marcas comerciais ou patrocinadores. Isso significa que as imagens desses funcionários não podem ser usadas para promover patrocinadores ou contratantes.

Em eventos externos (ou seja, que não sejam promovidos pela Rede Gazeta), jornalistas devem evitar posar para fotos ou gravar vídeos onde haja ostensiva exposição de marcas.

Profissionais do Entretenimento, creators ou de outras áreas não estão submetidos às vedações. No entanto, deve haver consulta ao gestor imediato para avaliação prévia de interesse comercial ou institucional da Rede Gazeta.

## 17. cessão de material editorial

Mediante solicitação formal, a Rede Gazeta pode ceder imagens ou áudio às autoridades competentes para efeito de elucidação de crimes. Essa cessão, contudo, está subordinada ao sigilo da fonte e à preservação dos direitos e da segurança dos profissionais envolvidos.

Todas as cessões seguem política do Cedoc e devem ser feitas pelo setor, com conhecimento prévio dos editores-chefes dos veículos.

## 18. citação de outros veículos de comunicação

Em respeito à propriedade intelectual, ao mencionar informações exclusivas e de relevada importância obtidas por outros veículos de comunicação locais, nacionais ou internacionais, os veículos da Rede Gazeta identificam claramente no texto da notícia quem as publicou ou as transmitiu pela primeira vez.

## 19. palestras e aulas

Qualquer atividade extra como dar aulas ou palestras, remunerada ou não, pode ser realizada desde que não conflite com as atividades profissionais e que deixe claro ao público que a opinião pessoal do palestrante não necessariamente corresponde à opinião da empresa.

É obrigatório que a chefia imediata seja informada sempre que um profissional da Rede Gazeta seja convidado a lecionar ou realizar palestra, para prévia autorização.

É vedado o uso do nome da empresa, veículo ou imagem do profissional da Rede Gazeta para fins promocionais e/ou publicitários de contratante.

## 20. política de correções

Correção é aquilo que dá credibilidade ao trabalho de um grupo de comunicação; nada mais danoso para a reputação de um veículo do que uma reportagem



errada ou uma análise feita a partir de dados equivocados. O compromisso com o acerto deve ser, portanto, inabalável em todos os veículos e produtos da Rede Gazeta. A empresa não oculta erros de informação e se dispõe a corrigi-los tão logo tome conhecimento do equívoco.

Se o erro foi cometido pela fonte da notícia, deve constar da correção o nome da pessoa ou da entidade que originou o equívoco. Se alguma notícia ou reportagem, por erro de avaliação ou omissão do autor, deixa de mencionar dado relevante para a notícia ou reportagem, deve ser divulgado um “Esclarecimento”.

Os erros devem ser corrigidos, sem subterfúgios e com destaque. Não há erro maior do que deixar os que ocorrem sem a devida correção.

## 21. imagens e áudio

A Rede Gazeta respeita a Lei do Direito Autoral tanto no uso quanto na comercialização de seu conteúdo. Os veículos da Rede Gazeta não manipulam ou distorcem imagens ou áudio, no todo ou em parte. As exceções contemplam imagens ou áudio trabalhados com o nítido sentido da distorção para efeito artístico ou para proteção de fontes, desde que claramente caracterizados para o público como manipulação eletrônica.

A divulgação de imagens de arquivo exige cuidados adicionais. É obrigatório ressaltar no crédito que a imagem é originária de banco de dados. O texto explicativo não pode, em hipótese alguma, transmitir a impressão de que se trata de imagem atual.

A divulgação de imagens desagradáveis ou que possam chocar o público deve limitar-se aos casos em que se acrescentem informações à notícia, com o nítido sentido de ajudar a sociedade a conhecer a extensão do fato.

## 22. conduta sobre temas político-partidários

A cobertura das eleições, desde antes das convenções dos partidos, será feita com base na ética jornalística, sem privilégios para qualquer candidato a cargos majoritários ou proporcionais. Em anos eleitorais, a Rede Gazeta sempre divulgará um código próprio e atualizado, em conformidade com a legislação eleitoral, atualizando normas e orientações para o exercício profissional de seus funcionários.

### 22.1 política e redes sociais

Nas redes sociais, jornalistas não devem nunca se pôr como parte do debate político e ideológico, muito menos com o intuito de contribuir para a vitória ou a derrota de uma tese, uma medida que divida opiniões, um objetivo em disputa. Isso inclui endossar ou, na linguagem das redes sociais, “curtir” publicações ou eventos de terceiros que participem da luta político-partidária.

Quando acompanhar atividade política for fundamental para a cobertura jornalística, é permitido que o jornalista siga páginas ou contas de políticos (mas não se deve curtir os seus posts). Agir de modo diferente compromete de forma irremediável a isenção do jornalista e mancha a reputação do veículo para o qual trabalha.

### 22.2 colunistas e colaboradores

Como em todos os veículos de imprensa, a Rede Gazeta também possui o seu time de colunistas e colaboradores, profissionais cuja função é analisar fatos, apontar controvérsias e opinar sobre os assuntos relevantes do cotidiano. Por óbvio, esses profissionais não ferem o princípio da isenção. Primeiramente, porque agem com transparência, deixando explícito que não fazem uma reportagem objetiva sobre os fatos, mas a partir deles os analisam e opinam sobre eles.

Nas redes sociais, comentaristas, analistas ou colunistas devem ter uma atuação que não permita a percepção de que são militantes de causas e que fazem parte da luta político-partidária ou de ideias. A eles, como a todos, é vedado apoiar candidatos ou partidos, dentro e fora de eleições.

## 23. apurações nos perfis pessoais

Jornalistas são vistos como porta-vozes dos veículos e da própria Rede Gazeta. Por isso, sempre que houver uma informação em primeira mão a ser noticiada, tratando-se de tema urgente e relevante, é permitido que as redes sociais pessoais sejam usadas para anunciar o “furo” com mais agilidade. Recomenda-se, contudo, que o jornalista também direcione seus seguidores/audiência para o perfil do veículo em que trabalha, seja indicando-o ou republicando-o quando houver informações adicionais.

Quando se tratar de informação exclusiva, os jornalistas devem priorizar os veículos na divulgação de notícias. Depois que o veículo noticiar o fato, os profissionais poderão disponibilizar a informação nas redes sociais pessoais.

## 24. informações em off

A Rede Gazeta divulga apenas informações – e não opiniões, insultos, acusações ou denúncias – em off-the-record (sem identificação da fonte). A fonte deve ser estimulada ao máximo a se identificar ao prestar informações.

Se for feito algum acordo garantindo o off, a identidade da fonte deve ser preservada. A Rede Gazeta não admite acordo para manutenção de informações em off que possam colocar vidas em risco ou favorecer atividades ilegais.

## 25. restrições à propaganda

Com o objetivo de se evitar uso fora do contexto original, a Rede Gazeta desautoriza expressamente a reprodução de seu material editorial – textos, fotos, áudios, vídeos ou cópias destes – em anúncios publicitários ou em propaganda eleitoral.

Em casos excepcionais, depois de a Rede Gazeta ser formalmente consultada e de o uso do material ser aprovado, o conteúdo poderá ser cedido ou comercializado mediante autorização formal dentro da política estabelecida pelo Cedoc.

## 26. participação do público no conteúdo

A Rede Gazeta estimula e valoriza a participação do público nos espaços de opinião, na produção de conteúdo e na sugestão de melhorias.

Os veículos da empresa, contudo, reservam-se ao direito de adequar as contribuições externas aos espaços disponíveis e às regras éticas válidas para todo o grupo. Assim, não são aceitas colaborações com teor ofensivo ou de baixo calão, comercial ou que façam apologia a crimes ou a comportamentos condenáveis. Todas as colaborações serão previamente avaliadas.

## 27. precisão

O jornalista da Rede Gazeta tem o dever de reproduzir com fidelidade declarações ou situações que testemunhou. O uso de declarações fora de contexto, prejudicando ou não o entrevistado ou o organismo que ele representa, compromete a credibilidade do veículo.

O jornalista tem o dever de conferir a veracidade de informações que possam produzir controvérsias. Rumores, boatos, documentos forjados, denúncias anônimas ou dossiês não são notícias, mas pontos de partida para a busca da informação precisa.

## 28. preconceito

Quanto mais diversa for uma Redação – em termos de gostos, crenças, tendências políticas, cor, gênero, idade, orientação sexual, origens social e geográfica – mais isenta será a escolha dos assuntos a serem cobertos, discutidos e analisados, e mais abrangente a acolhida dos pontos de vista em torno deles. Essa diversidade se alcança por uma postura inclusiva e uma busca consciente desses profissionais.

A Rede Gazeta não admite preconceitos, discriminação ou assédio de qualquer espécie.

Ninguém poderá ser identificado, em notícia de teor negativo, por sexo, orientação sexual, raça, religião, origem étnica, regional ou nacional, deficiência física ou mental, a menos que seja fator relevante para a compreensão da informação.

A orientação sexual ou a existência de doença grave não devem ser divulgadas sem consentimento da pessoa mencionada, exceto se for condição pública e assumida. Se por razões de saúde for impossível obter tal consentimento, a família deve ser consultada.

## 29. prêmios e concursos

Para a Rede Gazeta, prêmios jornalísticos representam importante estímulo a trabalhos bem executados. Mas os veículos da empresa não produzem reportagens com o objetivo de encaminhá-las a determinados

concursos. A execução de qualquer reportagem está condicionada exclusivamente ao interesse editorial. Os prêmios devem ser mera consequência da qualidade do trabalho.

## 30. privacidade e liberdade de expressão

A Rede Gazeta respeita a privacidade dos cidadãos sem, no entanto, desconsiderar o interesse público e a liberdade de expressão, fundamentos indispensáveis no processo de comunicação. Informações sobre a vida privada de pessoas públicas passam a ser assunto jornalístico quando ajudam a contextualizar um fato.

Se algum criminoso ou suspeito de crime for apontado como parente de autoridade ou de político, a relação entre as partes só deve ser citada na reportagem caso a autoridade ou político, parente ou não do suspeito ou criminoso, participe para que haja facilidades ou tente intimidar o trabalho da polícia ou da reportagem. Casos excepcionais serão discutidos com a Direção de Jornalismo.

É proibida a divulgação de endereços de testemunhas ou vítimas de crimes que possam ter a segurança ameaçada pela divulgação da informação.

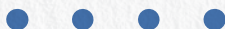
## 31. conteúdo não é submetido à fonte

Os veículos da Rede Gazeta não submetem as notícias à aprovação prévia de entrevistados ou fontes que tenham o intuito de censurar ou alterar determinada informação.

É natural e recomendável, porém, que a forma e o conteúdo de notícias sejam submetidos a análises capazes de contribuir para a clareza e compreensão – o que em nenhuma hipótese inclui submissão para aprovação prévia da fonte.

## 32. dúvidas? saiba a quem perguntar

Os Princípios Editoriais da Rede Gazeta devem reger todo o processo de apuração, edição e publicação de conteúdos nos veículos da empresa, sejam eles do Jornalismo ou do Entretenimento. Casos omissos a este documento devem ser levados à consulta prévia do gestor imediato da área ou, em última instância, ao presidente do Conselho Editorial.



# relacionamento com o mercado

A relação que a Rede Gazeta estabelece com o Mercado – incluindo-se aí agências, assessorias e clientes – deve ser pautada por seus valores e padrão de qualidade. As informações fornecidas devem ser precisas e bem orientadas para que os clientes conheçam e entendam os produtos e serviços ofertados.

Acompanhando a evolução da própria sociedade e das relações entre pessoas, a Rede Gazeta posiciona-se não somente como uma empresa de mídia. A fim de contribuir com o desenvolvimento e fortalecimento do Espírito Santo com a entrega de conteúdo, projetos e eventos de impacto, a empresa propõe-se construir uma relação de soluções em 360°, conectando-se ao Mercado e encontrando as melhores oportunidades de aproximar pessoas e propósitos comerciais.

A postura da Rede Gazeta compreende, também, respeitar contratos e observar prazos e condições negociadas, além de manter a confidencialidade dos valores envolvidos, projetos e estratégias de negócio que tenham sido compartilhadas conosco em função da relação comercial.

A empresa orienta que todo profissional deve abster-se de qualquer prática, ato ou iniciativa que resulte em conflito de interesses e influencie no produto editorial. É condição da Rede Gazeta, desde 1928, a entrega de produtos jornalísticos economicamente independentes, plurais e éticos – e isso reflete-se também nas relações com o Mercado.

**A reputação da Rede Gazeta é  
construída diariamente. Acreditamos  
que a integridade na condução dos  
negócios é condição essencial para  
a construção da nossa essência.**



## 1. contratos

A relação da Rede Gazeta com seus clientes é orientada exclusivamente pela contratação comercial, que deve ser expressa e formalizada.

## 2. anúncios

Os veículos da Rede Gazeta não manipulam ou distorcem anúncios e materiais dos clientes, seja no todo, seja em parte. Os materiais são de inteira responsabilidade dos clientes.

A Rede Gazeta se reserva o direito de não veicular materiais que contenham ofensas, discursos de ódio, distorções de fatos a pretexto de reforço de visão ideológica (seja ela qual for) ou conteúdos de legalidade duvidosa.

## 3. independência

A Rede Gazeta se dispõe a esgotar todas as possibilidades para que uma empresa se torne cliente, desde que isso não transcenda a independência editorial, a saúde financeira e a imagem institucional da organização.

## 4. sigilo das informações

Em nenhuma hipótese, a Rede Gazeta divulga ou comercializa as informações privadas dos clientes registradas no seu banco de dados.

## 5. prestadores de serviços e terceiros

Todos os profissionais envolvidos na contratação de prestadores de serviços ou terceiros devem observar as normas do “Rede de Valores” e zelar para que a escolha recaia em empresas e pessoas que tenham boa reputação no mercado e respeitem as normas aqui contidas.

São considerados terceiros quaisquer prestadores de serviços, da iniciativa privada ou agentes públicos, consultores, fornecedores, distribuidores, corretores, agentes, intermediários ou representantes, inclusive os que atuem em nome da Rede Gazeta.

Nos contratos celebrados entre a Rede Gazeta, os terceiros deverão assumir a obrigação de respeitar a lei anticorrupção aplicável, bem como as normas contidas no código de ética da empresa.

A Rede Gazeta compromete-se em sempre buscar, em seu rol de fornecedores e parceiros comerciais, aqueles que tenham inegociáveis compromissos com boas práticas ambientais, sociais e de governança.

## 6. condições para a parceria

A Rede Gazeta só contrata fornecedores, prestadores de serviço e terceirizados que zelem pelo sigilo das informações da empresa e que não obtenham vantagens inadequadas como decorrência dessa relação.

## 7. respeito ao nome

Anúncios, releases ou qualquer outra forma de publicidade feita por fornecedores, prestadores de serviço e terceirizados que veiculem o nome da Rede Gazeta em seu portfólio devem ser previamente autorizados pela empresa.

Solicitações para uso da marca da Rede Gazeta, de seus veículos ou negócios, como clientes ou contratantes, devem ser submetidas previamente à Gerência Jurídica.

## 8. transparência

O relacionamento com fornecedores e terceirizados é de absoluta franqueza e transparência, restrito à atividade comercial. Devemos agir com ética e integridade, evitando quaisquer situações que possam ser ou parecer atos de corrupção.

Nenhum compromisso implícito ou explícito em relação à Rede Gazeta pode ser assumido sem prévia autorização para tal. Todos os compromissos devem ser claramente expressos e formalizados.

Em processo de compras e contratação de serviços, todos os fornecedores devem receber informações idênticas antes da apresentação de suas propostas.

Ao selecionar fornecedores, a Rede Gazeta mantém em sigilo as informações de caráter privado obtidas em função das suas relações comerciais.

A Rede Gazeta cumpre os prazos de pagamento e exige nota fiscal em todas as suas compras de materiais ou serviços.

A Rede Gazeta não autoriza os fornecedores, prestadores de serviço e terceirizados a praticar atividades de comércio ou serviços em suas dependências que não tenham sido contratadas ou previamente autorizadas.

## 9. presentes e cortesias oferecidos e recebidos

### 8.1 de clientes da iniciativa privada

É vedado favorecimento de qualquer espécie e não é permitido o pagamento ou recebimento de quaisquer valores que não estejam expressamente previstos em contrato. Da mesma forma devem ser evitados presentes e brindes de valor superior a R\$ 500, viagens e refeições que não sejam justificáveis em razão do negócio ou socialmente aceitáveis conforme as práticas do mercado, bem como benefícios ou vantagens pessoais, a exemplo de descontos fora do padrão praticado pelas partes.

Descontos em produtos ou serviços só poderão ser oferecidos ou recebidos quando fizerem parte de um acordo entre a Rede Gazeta e o cliente/fornecedor.

### 8.2 de agentes públicos

Presentes, vantagens, benefícios ou cortesias não poderão ser oferecidos ou concedidos em nenhuma hipótese a agentes públicos e seus parentes ou a terceiros agindo em seu nome com o objetivo de influenciar as decisões em favor dos interesses da Rede Gazeta.

Independentemente do propósito de influenciar decisões, não deverão ser oferecidos ou recebidos benefícios, vantagens, presentes, refeições, viagens e hospedagens quando tais despesas forem de valor excessivo, fora dos parâmetros socialmente aceitáveis ou não guardem conexão com as atividades oficiais do agente público. Isso se aplica também a descontos fora da prática comercial e oferta de empregos a parentes de agentes públicos.

Não são considerados benefícios e vantagens indevidos aqueles concedidos de maneira transparente e que integrem o rol de contrapartidas previstas em contrato celebrado entre a Rede Gazeta e o ente público.

## 10. poder público

As relações da Rede Gazeta com o poder público são demarcadas pela ética, pela legislação e pela transparência permanente.

A Rede Gazeta trata a administração pública, seja como fornecedora, seja como cliente, seja como fonte, com os mesmos critérios dispensados ao setor privado.

### 10.1 *órgãos arrecadadores e de fiscalização*

A Rede Gazeta recolhe regularmente seus impostos, contribuições e tributos. Diante da ação de órgãos arrecadadores e fiscalizadores, os profissionais da Rede Gazeta devem facilitar a atuação desses agentes, disponibilizando as informações solicitadas.

## 11. entidades associativas

A Rede Gazeta é filiada às entidades reguladoras do setor de comunicação e preza pelo cumprimento das normas que regem as relações comerciais com o mercado, a exemplo do Conselho Executivo de Normas-  
-Padrão (CENP), da Associação Nacional de Jornais (ANJ), da Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert), da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) e do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar).

Ao participar formalmente dessas entidades, a Rede Gazeta assume o compromisso de seguir seus estatutos, códigos de ética e princípios gerais.

### 11.1 *participação de profissionais em entidades associativas*

A Rede Gazeta estimula a participação de seus profissionais em entidades associativas que representem

o interesse do setor de comunicação e o desenvolvimento da sociedade. Os convites devem ser comunicados, e a participação, autorizada pela chefia imediata.

## 12. concorrentes

A Rede Gazeta respeita as leis de mercado e zela para que a livre competição entre empresas seja justa e aberta. Assim, não participa de iniciativas para arranjos na fixação de preços, propostas de acordos sobre cotas de produção e práticas para eliminar concorrentes ou restringir a entrada de novos competidores no mercado.

Da mesma forma, a Rede Gazeta não promove demonstração dos defeitos ou deficiências da concorrência para promover seus próprios produtos e serviços.

Em suas campanhas publicitárias, a Rede Gazeta dispensa à concorrência tratamento correto, promovendo a divulgação de dados comparativos de forma honesta e verdadeira, valendo-se de fontes idôneas e dos padrões éticos orientados pelas normas do setor.

## 13. campanhas publicitárias

A Rede Gazeta não promove seus produtos e serviços utilizando propaganda que coloque crianças, adolescentes, mulheres, negros ou representantes de populações minoritárias em situação preconceituosa, constrangedora, desrespeitosa ou de risco. Realiza, ainda, a análise prévia de peças publicitárias para verificar a conformidade com seus valores e princípios e com a declaração universal dos direitos humanos.

As campanhas publicitárias assinadas pela Rede Gazeta, por qualquer um de seus veículos e negócios,

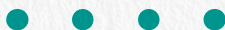
pauta-se pela observação e respeito à diversidade de cor, corpos, orientação sexual, religião e idade. É compromisso da empresa a busca incessante pela representatividade da sociedade, sem qualquer traço de discriminação ou preconceito.

### 13.1 publicidade e conteúdo

Como parte de suas soluções 360° para o Mercado, a Rede Gazeta oferece aos clientes, dentre outras possibilidades, a produção de conteúdo publicitário em diferentes formatos. Em seus veículos, a Rede Gazeta sempre deixará claro, para a audiência, o que é publicidade e o que é informação jornalística. Nos veículos da Rede Gazeta, sob nenhuma hipótese, o argumento comercial, com a veiculação de publicidade, poderá ser usado para sobrepor o entendimento do que é notícia ou para confundir a audiência.

## 14. merchandising em conteúdo infantil

A Rede Gazeta não contrata ações de merchandising ou publicidade indireta nos conteúdos de produção própria dirigidos ao público infantil. Essa regra se aplica igualmente às coproduções as quais a empresa detenha a direção artística e/ou assuma a comercialização.





**REDE GAZETA**



**Canal de Ética**

[www.redegazeta.com.br/etica](http://www.redegazeta.com.br/etica)

0800 517 1323