

CÓDIGO DE CONDUTA

ART&C Comunicação Integrada

SUMÁRIO

1. Mensagem da Liderança.....	5
2. Apresentação.....	6
3. Missão e Visão	6
4. A quem e Como o Código se Aplica.....	6
5. Normas de Conduta	7
5.1. Relacionamento Ético com Partes Interessadas	7
5.1.1. Colaboradores	7
5.1.2. Terceirizados	7
5.1.3. Concorrentes	8
5.1.4. Clientes e Anunciantes	8
5.1.5. Veículos	8
5.1.6. Produtoras e Afins.....	8
5.1.7. Administração Pública.....	9
5.1.8. Outras Partes.....	10
5.2. Gestão de Pessoas.....	11
5.2.1. Discriminação, Assédio Moral e Sexual.....	11
5.2.2. Diversidade e Inclusão	11
5.2.3. Ambiente de Trabalho	11
5.3. Processos Concorrenciais.....	11
5.3.1. Concorrência Envolvendo Ente Público	11
5.3.2. Concorrência Envolvendo Ente Privado.....	12
5.4. Marketing Político e Publicidade.....	13
5.5. Conflitos de Interesses	13
5.6. Segurança da Informação.....	14
5.6.1. Sigilo e Confidencialidade	14
5.6.2. Propriedade Intelectual.....	15
5.6.3. Meios Eletrônicos e Redes Sociais	16

5.7. Patrimônio da Empresa.....	16
5.8. Presentes, Brindes, Eventos, Hospitalidades e Entretenimento.....	16
5.9. Doações e Patrocínios	17
5.10. Remunerações.....	18
5.10.1. Desconto-Padrão.....	18
5.11. Prevenção	18
5.12. Imagem e Reputação	19
5.13. Atividades Políticas e Sindicais.....	19
6. Gestão do Código	20
7. Violações ao Código.....	20
8. Canal de Ética	21
9. Termo de Adesão	22

1. Mensagem da Liderança

Queridos colaboradores, clientes, fornecedores, terceirizados, parceiros, amigos, sociedade em geral, nós, que vivemos da construção e cuidado da imagem, sabemos que não basta ser honesto, também é necessário parecer honesto.

Não basta agir com transparência, ética e conformidade com as leis, é preciso comprovar que se age assim. Depois de uma longa jornada com a FDC, quando desenhamos nossas linhas de governança, ratificando nossa ideologia, propósito e valores, chegamos ao momento de implantar nosso padrão de COMPLIANCE, INTEGRIDADE E CONFORMIDADE.

Foram 06 meses de muito trabalho, reuniões, estudos, palestras, entrevistas, relatórios e ajustes de processos; tudo isso para oferecer mais segurança e tranquilidade ao nosso dia-a-dia (para nós e para todos aqueles que se relacionam conosco). Para isso, contamos com a colaboração de todos, esperamos que todos tomem conhecimento, divulguem e ajam de acordo com as regras aqui apresentadas.

Este código passa a ser nosso guia, nosso manual de conduta. Ele deve ser consultado sempre que houver alguma dúvida sobre práticas ou tomadas de decisão. Qualquer prática contrária a tais diretrizes deve ser informada aos canais de denúncia. Estamos todos comprometidos em Impactar Pessoas, Criar Conexões e Inspirar Movimentos para o Bem, pautados na Construção e no Cuidado das Relações com Transparência e Honestidade.

Arturo Arruda Câmara
Diretor da Art&C Comunicação



2. Apresentação

Impactar pessoas. Criar conexões. Inspirar movimentos para o bem. Esse é o nosso propósito.

A Art&C evoluiu de um sonho vivido por um estudante que fazia pós-graduação nos EUA para uma Agência de propaganda que se tornou a maior do estado do Rio Grande do Norte, com filiais em João Pessoa (PB) e Aracaju (SE). No começo, a meta era fazer uma Agência inovadora, rentável e reconhecida. Hoje a Agência alcançou um alto grau de reconhecimento no nordeste, sendo lembrada não só pelo retorno que dá aos seus clientes, como também pelo fato de fazer isso com muita criatividade - algo comprovado pela conquista de vários prêmios em diversos festivais, nacionais e internacionais.

3. Missão e Visão

Missão

Criar valor e inspirar pessoas por meio de soluções de comunicação, tecnologia e relacionamento.

Visão

Romper fronteiras, sendo admirados e reconhecidos por criar soluções além da comunicação e da tecnologia, **desenvolvendo pessoas e negócios.**

4. A quem e Como o Código se Aplica

O Código de Conduta da Art&C aplica-se a **todas as pessoas que tenham qualquer relação com nossa empresa**, tanto interna quanto externamente, sejam Colaboradores, clientes, fornecedores, parceiros, Prestadores de Serviço ou outra categoria.

Lembre-se: cada um de nós é responsável pela aplicação integral deste Código!

É nosso **dever seguir as leis e os regulamentos externos e internos**, sendo um exemplo e **referência de Agência de publicidade** em iniciativas de integridade corporativa. Portanto, se tiver dúvidas sobre qual o dispositivo correto para cada caso ou sobre a sua própria ação, lembre-se sempre de refletir:

- A ação é legal?
- É ética?
- É socialmente responsável?
- Cumpre o Código de Conduta e nossos valores?
- Parece apropriada (será que ficaria bem no jornal?)?
- Promove a reputação da Art&C como uma organização ética?

Se você não conseguir responder “sim” para todas as questões acima, procure nosso Comitê de Compliance ou utilize o Canal de Ética antes de agir.

Nosso canal está disponível diretamente no nosso site, na aba do Menu “Compliance”, ou diretamente pelo link www.artc.ouvidoriacompliance.com.br

5. Normas de Conduta

5.1. Relacionamento Ético com Partes Interessadas

5.1.1. Colaboradores

Cada um dos nossos Colaboradores e das suas atitudes desenham cotidianamente a reputação da Art&C. Assim também acontece com a conduta dos parceiros e Terceiros com quem nos relacionamos. Por isso a importância de conhecermos bem quem está dentro de casa e quem representará a nossa marca lá fora.

A relação com os Colaboradores da Art&C deve ser pautada por transparência, respeito e igualdade de oportunidades. O contrato de trabalho celebrado deve prever cláusulas de orientação quanto a aspectos importantes para esse relacionamento, bem como uma diligência prévia com o propósito de levantar informações sobre o candidato à vaga.

Para mais informações sobre esse assunto, consulte também a Política de Recursos Humanos (PO 01) da Art&C!

5.1.2. Terceirizados

A contratação de Terceiros implica, inevitavelmente, na associação da imagem da Art&C à imagem desse fornecedor. Portanto, cada processo de cotação e contratação deve seguir critérios claros e objetivos, possibilitando a ampla e justa concorrência, norteando o melhor interesse da Art&C e dos nossos clientes, resguardando a todos de comportamentos non compliant¹. Da mesma forma, é fundamental que consideremos os padrões éticos do terceirizado, obedecendo às leis e cumprindo acordos.

A Art&C deve realizar diligências prévias dos seus terceirizados estratégicos com o propósito de levantar informações sobre essa contratação e verificar possíveis riscos na manutenção desse relacionamento. Devemos considerar a competência, qualificação técnica, qualidade, cumprimento de prazos, preço, saúde financeira e questões de integridade/Compliance.

¹ Você sabe o que significa essa expressão? Non compliant é quando uma ação ou alguém não está em conformidade com a regra estabelecida.

Se for necessário, também podemos realizar treinamentos específicos com alguns dos nossos Terceiros. Além disso, as contratações envolvendo grau de parentesco e relacionamentos internos devem ser previamente comunicadas e levadas para decisão e avaliação da Diretoria da Art&C.

5.1.3. Concorrentes

A concorrência leal e ética deve ser elemento norteador do comportamento da Art&C e nossos representantes, que devem observar as normas de defesa da livre concorrência.

Devemos atuar profissional e comercialmente de maneira digna e respeitosa com nossos concorrentes, tendo sempre presentes as consequências de nossas atitudes para a imagem pública da Art&C. Não é permitida a obtenção ou o uso de informações privilegiadas e/ou confidenciais e/ou degradação da imagem de Agência do concorrente e/ou de campanha executada pelo concorrente com o objetivo de conquistar cliente potencial.

5.1.4. Clientes e Anunciantes

O relacionamento com clientes e anunciantes deve ser pautado por padrões éticos e de transparência, transmitindo as informações necessárias de forma clara e útil, dentro do prazo prometido, destacando com clareza os fatores de risco inerentes ao projeto e delineando estratégia adequada de ação, sempre lastreadas nos princípios e padrões éticos previstos neste Código.

Clientes ou anunciantes não devem ser privilegiados em detrimento de outros, intencionalmente ou não, e as informações de cada cliente ou anunciante não devem ser aproveitadas para interesses de outros clientes ou anunciantes ou da própria Art&C.

5.1.5. Veículos

A seleção dos meios que integrarão o plano de mídia deve estar baseada nos mais altos critérios técnicos. Decisões unilaterais, não embasadas ou mesmo subjetivas podem prejudicar o fluxo do plano de mídia e acarretar riscos à Art&C. Se, mesmo após a recomendação da Agência, o cliente optar por outro plano de mídia ou outro veículo, a decisão final será sempre dele, mas é importante que o registro dessa decisão seja feito de maneira técnica e objetiva, salvaguardando a Agência de eventuais reclamações ou riscos futuros de qualquer natureza.

Não devemos tomar decisões sobre um plano de mídia sem embasamento técnico nem com alguma influência por apelos de veículos para que estes sejam selecionados em função de outros critérios.

5.1.6. Produtoras e Afins

A Art&C deve relacionar-se com seus fornecedores de maneira transparente e ética, deixando claro para o cliente a destinação dos recursos por ele aportados. A indicação de fornecedores de audio-

visual deve ser sempre baseada em critérios técnicos e objetivos, considerando-se a especialização e o notório conhecimento, e não em função de relacionamentos próximos, favorecimentos, recebimento de presentes, compensações financeiras, comissões ou outros valores fora do curso normal dos negócios em questão, ou qualquer ação que evidencie conflito de interesses, práticas e condutas antiéticas e non compliant.

Nesse sentido, é importante que os Terceiros sigam um procedimento de contratação específico, sempre que possível considerando pelo menos três fornecedores reconhecidamente mais aptos para a execução do projeto.

Todos os esforços devem ser investidos para que não ocorra vazamento de informações que possam facilitar conluio ou fraude em função de acesso a informação privilegiada antes da decisão final. Tampouco é autorizado que haja combinação, sob qualquer hipótese ou justificativa, de preços e repasses de custos, de maneira a superfaturar o preço final ao cliente. Os valores devem ser transparentes ao cliente e os custos pela intermediação da Agência claros e facilmente identificados.

5.1.7. Administração Pública

Agente público é aquele que exerce, ainda que transitoriamente ou sem remuneração, por eleição, nomeação, designação, contratação ou qualquer outra forma de investidura ou vínculo, mandato, cargo, emprego ou função nas entidades da administração direta, indireta ou fundacional de qualquer dos poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal, dos Municípios ou de Território.

Em outras palavras, o termo “agente público” designa Colaboradores, servidores ou quaisquer outras pessoas que:

- Ajam em nome de qualquer instância governamental, seja nas esferas federal, estadual, municipal ou distrital, seja nos poderes Executivo, Judiciário ou Legislativo;
- Ajam em nome de partidos políticos ou de candidatos a cargos políticos;
- Ajam em nome de entidades, autarquias, fundações ou empresas controladas total ou parcialmente pela administração pública direta ou indireta;
- Sejam diplomatas ou atuem em organismos internacionais ou intergovernamentais;
- Ocupem cargos legislativos, administrativos, judiciais ou militares em qualquer esfera da administração pública.

No seu relacionamento atuando em nome da Art&C com a administração pública, observe as seguintes regras:

- É proibido que qualquer Colaborador, terceiro ou representante da Art&C, no exercício de suas funções, ofereça, prometa ou autorize, direta ou indiretamente, vantagens indevidas de qualquer

natureza, seja em dinheiro, bem ou serviço de qualquer valor, a agentes públicos, a partidos políticos e seus membros, bem como a seus familiares ou outros por eles indicados, com o intuito de obter benefício ou vantagem para a Agência ou para si próprio;

- É recomendada uma rotatividade de Colaboradores que tenham contato com agentes públicos, de modo a diminuir a possibilidade de vícios, ou regras que vedem a realização de reunião de um único Colaborador da empresa com agentes públicos;
- Não é permitido que os Colaboradores, Terceiros ou representantes pratiquem os seguintes atos e quaisquer outros proibidos por lei:
 - Contribuir, de qualquer modo, para a prática de atos que possam ser considerados lesivos à administração pública direta ou indireta;
 - Fraudar, manipular ou interferir ilegalmente em concorrências e licitações públicas;
 - Interferir, dificultar, oferecer favores ou subornos para dificultar fiscalizações ou investigações por qualquer órgão público;
- Para atividades que envolvam maior risco, é necessário haver aprovação interna por alguém de nível hierárquico superior;
- Não valide de maneira autônoma documentos que serão apresentados para participação da Art&C em licitações, em virtude do risco de falsificação ou eventuais fraudes ao processo de licitação pública (vale também para concorrências privadas);
- Não contrate ex-agentes públicos e pessoas a eles relacionadas sem que cuidados adicionais que enfatizem o caráter técnico da escolha sejam adotados;
- Não crie excessivos níveis de aprovação que levem à pulverização das responsabilidades e dificultem apontar responsáveis por eventuais irregularidades;
- Tenha cuidado ao formular propostas de maneira a seguir rigorosamente os parâmetros técnicos predefinidos, condizente com os preços praticados pela Art&C em situações semelhantes;
- Conheça e observe a legislação aplicável à administração pública, notadamente a Lei das Agências de Propaganda, a Lei de Licitações, a Lei Anticorrupção do Brasil ou as que vierem a substituí-las.

5.1.8. Outras Partes

Todos nós, gestores e Colaboradores das Art&C, temos uma responsabilidade que transcende a empresa. Afinal, é o padrão ético de relacionamento mantido com outros atores do mercado que define a reputação do negócio da publicidade. Cada ponto de contato é um multiplicador de impressões e, portanto, deve ser encarado como oportunidade na construção da sua e da nossa imagem. Esteja sempre atento às partes com quem se relaciona e se, durante suas atividades, nossas normas de conduta estão sendo respeitadas.

Para mais informações sobre todos esses tipos de relacionamentos mencionados no Código, consulte também a Política de Relacionamento com Partes Interessadas (PO 02) da Art&C!

5.2. Gestão de Pessoas

5.2.1. Discriminação, Assédio Moral e Sexual

Não toleramos qualquer tipo de discriminação, quer seja por incapacidade física ou mental, quer seja por raça, cor, religião, crença, gênero, idade, status social, origem familiar, orientação sexual ou qualquer outra.

A conduta assediadora de ordem moral ou sexual é, da mesma forma, totalmente desaprovada, podendo a Art&C tomar as medidas disciplinares, legais e sancionatórias necessárias para cessar a não conformidade tão logo quanto possível.

O assédio moral é caracterizado por uma conduta frequente, direcionada e com a intenção de desestabilizar a vítima física ou psicologicamente. Já o assédio sexual é a conduta com conotação sexual sem que a outra parte expresse consentimento, podendo a reação da vítima causar um prejuízo ou benefício a si própria.

5.2.2. Diversidade e Inclusão

Acreditamos que uma empresa com igualdade de oportunidades, respeito à individualidade e aos direitos humanos se constrói nos nossos atos cotidianos. Por isso, defendemos um ambiente de trabalho em que, além de igualdade de oportunidades, minorias sintam-se acolhidas e seguras de discriminação, podendo abraçar suas diversidades.

5.2.3. Ambiente de Trabalho

Um ambiente de trabalho saudável depende da saúde das pessoas, qualidade de vida e segurança dos Colaboradores. Assim, é obrigatório o cumprimento e zelo com os processos e procedimentos de saúde e segurança. Comunique qualquer situação que ameace a integridade física ou psíquica das pessoas dentro da Art&C.

5.3. Processos Concorrenciais

A concorrência leal e ética deve ser um elemento básico para nortear nossa conduta em processos concorrenciais, independentemente de sua natureza.

5.3.1. Concorrência Envolvendo Ente Público

Para atendermos às exigências da Lei de Licitações, precisamos constantemente observar as

atividades disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e a manutenção do Certificado de Qualificação Técnica fornecido pelo CENP, demonstrando nossa capacitação técnica para prestar serviços à administração pública.

A Lei nº 12.232/2010 e a Lei nº 8.666/1993 estabeleceram três modalidades de licitação:

- Concorrência: de valor superior a R\$ 1.430.000,00;
- Tomada de preços: de valor até R\$ 1.430.000,00;
- Carta convite: de valor até R\$ 176.000,00.

Seguindo as recomendações da ABAP (Associação Brasileira de Agências de Publicidade), a Art&C reforça que sejam observadas:

- As determinações legais ao decidirmos participar de licitações públicas de serviços publicitários, em razão das peculiaridades e riscos dessa contratação (Lei nº 12.232/2010);
- O art. 22 da Lei nº 8.666/1993, adotando como obrigatórios, para todos os fins, os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”, bem como demais dispositivos e instruções normativas aplicáveis;
- Agir com ética e integridade nas contratações com o poder público.

Além das legislações citadas, é fundamental observar a Lei nº 12.846/2013 (Lei Anticorrupção), o Decreto nº 8.420/2015, que regulamenta a Lei Anticorrupção, e a Lei nº 13.303/2016 (Lei das Estatais).

Tem dúvidas do que é considerado corrupção? Consulte o art. 5º da Lei 12.846/13! Observe também o item 5.1.7 (Relacionamento Ético com Administração Pública) exposto nesse Código e a nossa Política de Relacionamento com Partes Interessadas (PO 02)!

5.3.2. Concorrência Envolvendo Ente Privado

Embora não tenhamos controle integral sobre os processos concorrenciais com empresas privadas, é extremamente importante que nos esforcemos para influenciar de forma positiva esse processo.

A ABAP (Associação Brasileira de Agências de Publicidade) desenvolveu um caderno específico com Diretrizes para Seleção de Agência de Publicidade, disponível em http://www.abap.com.br/pdfs/publicacoes/abap_concorrencias_livreto.pdf.

É importante que todos tenham conhecimento acerca das orientações fornecidas pela ABAP aos nossos clientes a fim de acompanhar se a Art&C se mantém atualizada em relação aos critérios exigidos.

5.4. Marketing Político e Publicidade

Esse será sempre um tema delicado, que merecerá atenção especial, por seu potencial de confusão entre interesse público e interesse privado. Candidatos a cargos nos poderes Executivo e Legislativo, uma vez eleitos, costumam ter o poder de decisão sobre o destino de verbas governamentais, o que pode induzir a barganhas que impliquem promessas ou “garantias” de compensações à Agência envolvendo dinheiro ou cargos públicos na negociação de campanhas eleitorais.

Isso tende a comprometer, futuramente, a ética e a lisura na condução de licitações de contas de governos, desacreditando toda a cadeia dos processos concorrenciais.

Diante desse quadro, é importante separar claramente publicidade e marketing político. Para este segundo, é preciso ter muita atenção à lei eleitoral, bem como estar alerta para a necessária observância da origem das verbas empregadas na campanha, para a precaução com o uso da intermediação de Terceiros no fluxo do dinheiro e para a importância do rigoroso cumprimento da burocracia contábil com os valores envolvidos.

Ainda que uma segunda empresa venha a cuidar do marketing político, a história ensina que, diante do ilícito, o risco de contaminação de todo o grupo publicitário é evidente, além do comprometimento da imagem de todo o setor.

5.5. Conflitos de Interesses

Um conflito de interesses ocorre quando um interesse pessoal ou de Terceiros com quem você tenha relacionamento se sobreponha aos nossos, da Art&C. Nem sempre o conflito é real, ou seja, já está materializado. Por isso, fique atento(a): conflitos podem ser potenciais (ainda prestes a ocorrer no futuro) ou aparentes (dão a aparência de serem).

Caso haja interesse próprio do colaborador, cliente, fornecedor, parceiro ou qualquer outra parte, contrapondo aos da Art&C, todos os envolvidos estarão em situação de risco. Desde pequenos favores, repasses de informações até atos de corrupção podem ser interpretados como conflitos de interesse, podendo ocasionar situações negativas e até sanções para a Agência.

Saiba quais são os principais tipos de conflito com os quais você pode se deparar:

1. Existência de parentesco de Colaboradores com clientes, fornecedores, Prestadores de Serviço, parceiros comerciais e em órgãos públicos - pode gerar aparência ou ato de corrupção;
2. Existência de Pessoas Politicamente Expostas (PEP) no quadro de partes interessadas da Art&C, que mantenham relacionamento com nossos Colaboradores e/ou associados;
3. Existência de Colaboradores ou associados com alguma relação com outras instituições concorrentes ou parentes com relação comercial com a Art&C;

4. Seus interesses particulares serem divergentes dos da Art&C, podendo colocar em risco nossos objetivos e nossa imagem em uma tomada de decisão estratégica;
5. Usar a Art&C para angariar clientes em outros negócios paralelos;
6. Utilização de dinheiro da Art&C para fins pessoais.

No entanto, as situações não se limitam às mencionadas acima! O que fazer quando estiver de frente a um conflito de interesses?

Comunique sem demora ao seu superior imediato ou no Canal de Ética!

A Art&C deve regulamentar as condutas quando houver conflito de interesses. Ninguém tem o direito de obter vantagem pessoal de qualquer espécie.

Todos somos responsáveis pela identificação do conflito de interesses, realizando as devidas comunicações necessárias.

Para mais informações sobre situações de conflitos de interesses e até mesmo para saber se você está conflitado, consulte a Política de Conflito de Interesses (PO 04) da Art&C!

5.6. Segurança da Informação

5.6.1. Sigilo e Confidencialidade

A segurança das informações refere-se à proteção existente das informações que transitam de forma física, digital ou verbal na Art&C. Suas informações são tratadas de forma a garantir os princípios da integridade, confidencialidade e disponibilidade:

- Integridade: é a preservação da exatidão da informação e dos métodos de processamento;
- Confidencialidade: é a garantia de que a informação é acessível somente por pessoas autorizadas a terem acesso;
- Disponibilidade: é a garantia de que os usuários autorizados obtenham acesso à informação e aos ativos correspondentes sempre que necessário.

A Art&C também respeita os princípios e os direitos dos titulares contidos na Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), nº 13.709/18.

Os Colaboradores da Art&C devem adotar as seguintes medidas para garantir o sigilo e a segurança das informações:

- Ter cautela com as informações e documentos que tramitam, interna e externamente, de

forma física, virtual e verbal;

- Manter sigilo sobre informações relevantes, estratégicas ou confidenciais, ou seja, informações que não são de domínio público e que se divulgadas podem causar danos para a Art&C;
- Não utilizar informações privilegiadas para obter vantagens pessoais ou fornecê-las a Terceiros;
- Manter sigilo sobre os dados de qualquer pessoa, física ou jurídica, que se relacione com a Art&C;
- Não manter diálogos sobre temas sensíveis da Art&C em lugares com grande concentração de pessoas externas e nas redes sociais;
- Não divulgar boatos de qualquer espécie;
- Prestar informações verdadeiras, completas, consistentes e jamais induzir o cliente da Art&C a erro;
- Utilizar sistemas de antivírus e atentar para seus prazos de validade;
- Utilizar senhas de acesso nos computadores e celulares corporativos;
- Não conceder senhas a colegas de trabalho;
- Não acessar sites duvidosos ou de transações pessoais dos dispositivos profissionais;
- Não acessar, guardar, enviar ou receber conteúdo obsceno, pornográfico ou difamatório;
- Não levar computadores e celulares corporativos para ambientes fora da Art&C sem autorização;
- É permitido salvar e/ou gravar arquivos em pendrives, se necessário, para as operações da Art&C e mediante autorização, mas é preciso ter cautela com o trânsito, utilização e descarte dos dados e informações armazenadas;
- Cada vez que se ausentar da estação de trabalho, o colaborador deve travar o seu equipamento, utilizando o comando "CTRL+ALT+DEL".

É responsabilidade do departamento de Comunicação a análise e a autorização à utilização de informações da Art&C nas mídias sociais, na imprensa e nos eventos externos, tais como congressos, seminários, palestras, entre outros.

Todos os Colaboradores e Prestadores de Serviços da Art&C devem assinar o Termo de Confidencialidade no momento da sua contratação.

5.6.2. Propriedade Intelectual

O negócio da publicidade trabalha permanentemente com produtos criativos, sejam os gerados na própria Art&C, sejam os alcançados por meio da parceria com produtoras ou, ainda, aqueles incorporados às campanhas, a partir de obras consagradas. Essa complexidade exige total vigilância para que todos os direitos autorais sejam respeitados em negociações prévias e no rigoroso cumprimento dos acordos.

A má-fé e a negligência com as obras alheias atestam falta de ética e desonestidade. Para evitar questionamentos futuros, é necessário que se documentem meticulosamente em contratos as condições e os custos pela utilização das obras. Da mesma forma, é recomendável que se defina, com antecedência, o tratamento jurídico que se dará às peças criadas internamente, bem como o que será cedido para uso dos clientes e em quais condições, prazos e custos.

5.6.3. Meios Eletrônicos e Redes Sociais

Não é permitido que Colaboradores tratem de temas como política, religião, esporte ou quaisquer outros que gerem conflitos ou polêmicas em canais internos de comunicação, bem como façam menção à Art&C em suas manifestações pessoais a respeito destes temas em redes sociais ou outros meios de comunicação externos.

Todos os Colaboradores devem ter cautela ao expressar opiniões em suas redes sociais, tendo em vista que podem ser associadas à Agência.

Caso se tenha conhecimento do uso indevido da imagem ou marca da Art&C, seja em sites, redes sociais ou quaisquer outros meios, o colaborador deve relatar no Canal de Ética ou ao Comitê de Compliance.

Para mais informações sobre segurança da informação, boas práticas e proteção dos nossos dados, consulte a Política de Segurança da Informação (PO 06) da Art&C!

5.7. Patrimônio da Empresa

Da mesma forma que a Art&C busca contribuir para o bem de todos que com ela se relacionam, espera-se reciprocidade e integridade nos relacionamentos. Assim, ao se relacionar com ativos da empresa, sejam eles tangíveis, como bens, instalações, equipamentos eletroeletrônicos, estoque, insumos, dentre outros, ou intangíveis, como a marca, a reputação e a imagem, aja diligentemente, como se estivesse dispondo de seu próprio patrimônio, evitando perdas e desperdícios.

5.8. Presentes, Brindes, Eventos, Hospitalidades e Entretenimento

O relacionamento com o setor público envolve, com frequência, questões relacionadas a presentes, brindes, eventos, hospitalidades e entretenimento, que merecem destaque, pois demandam a adoção de regras específicas por parte da empresa, sob pena de violações à Lei Anticorrupção.

Isso porque o oferecimento de presentes, brindes, eventos, hospitalidades e entretenimento pode ser utilizado para ocultar o pagamento de vantagens indevidas e as políticas de integridade da Art&C estão adequadas para prevenir esse tipo de situação.

Neste sentido, nossos colaboradores e todos aqueles que de alguma forma representam a Art&C,

incluindo prestadores de serviço e parceiros de negócio, devem se atentar sobre as regras estabelecidas.

No que tange a esse tópico, ficam estabelecidas as seguintes regras:

- a) Hospitalidades, eventos e entretenimento: é vedado o custeio de viagens, eventos e entretenimento pela Art&C em favor de agentes públicos. O custeio de tais despesas deverá ser realizado exclusivamente pelo convidado ou pelo órgão da administração pública a que este estiver vinculado.
- b) Brindes: está autorizado somente o oferecimento de brindes disponibilizados pela área de Marketing da Art&C, sem valor comercial representativo, abaixo de R\$ 200,00 (duzentos reais).
- c) Presentes: é vedado o oferecimento de presentes em favor de agentes públicos ou pessoas a eles relacionadas.

O recebimento de presentes, brindes, eventos, hospitalidades e entretenimento advindos ou ofertados por agentes públicos é proibido. Dúvidas sobre situações práticas envolvendo hospitalidade, brindes e presentes para agentes públicos deverão ser encaminhadas ao Comitê de Compliance.

Para mais informações sobre doações, brindes, presentes e afins, consulte a Política de Doações, Brindes, Presentes e Hospitalidades/Patrocínios (PO 05) da Art&C!

5.9. Doações e Patrocínios

A Art&C está atenta para o histórico daqueles que receberão seus financiamentos, patrocínios ou doações para evitar possíveis associações de sua imagem com fraudes, corrupção ou qualquer outra inconformidade.

Para tanto, a Art&C adota os seguintes padrões no que tange a patrocínios e doações que envolvam a administração pública:

- Realizar diligências prévias de integridade (due diligences) antes de toda e qualquer contratação, nos termos do formulário específico;
- Estabelecer critérios tanto para a seleção dos destinatários quanto para o acompanhamento dos projetos aprovados;
- Adotar mecanismos para verificar se os valores estão sendo utilizados para fins lícitos e condizentes aos quais foram inicialmente destinados;
- Verificar o relacionamento entre a instituição beneficiária e agentes públicos para evitar a utilização dos recursos para ocultar pagamentos ou vantagens indevidas.

Para mais informações sobre segurança da informação, boas práticas e proteção dos nossos dados, consulte a Política de Doações, Brindes, Presentes e Hospitalidades/Patrocínios (PO 05) da Art&C!

5.10. Remunerações

5.10.1. Desconto-Padrão

As remunerações, em especial o desconto-padrão, são um direito exclusivo das Agências e, nesse sentido, a Art&C declara observância ao disposto no art. 11 da Lei no 4.680/1965 e no art. 11 do Decreto no 57.690/1966. Repassar aos anunciantes descontos concedidos pelos veículos fora dos padrões que regem o tema contraria as normas do mercado e não constitui prática aceitável pela Art&C.

5.9.2. Plano de Incentivo

O Plano de Incentivo é concedido pelos veículos às Agências, é facultativo e está relacionado ao volume total de inserções que a agência faz em determinado veículo e não às inserções individuais de cada anunciante, fazendo parte do rol de remunerações previstas nas normas do mercado de publicidade e propaganda.

A Art&C declara que:

- Possui mecanismos estabelecendo segregações de funções e alçadas de maneira a preservar a integridade das remunerações disponibilizadas pelos veículos, em especial o Plano de Incentivo;
- Observa as determinações previstas nas normas-padrão do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão) relativas ao Plano de Incentivo, agindo sempre com integridade e transparência.

5.11. Prevenção

Um dos motivadores para a implementação e manutenção de nosso Programa de Compliance e integridade é a conformidade com a Lei Anticorrupção (Lei 12.846/2013), regulamentada pelo Decreto 8.420/2015.

Nosso Programa de Compliance e Integridade tem como alguns de seus objetivos prevenir, detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a administração pública, nacional ou estrangeira.

Recomendamos que todos acessem e assimilem os detalhes constantes nas Políticas e instrumentos de Compliance da Art&C.

Reforçamos a proibição expressa de qualquer tipo de suborno, corrupção, cartel, fraude, lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo.

5.12. Imagem e Reputação

Todos os que representam a marca da Art&C e que em seu nome interagem, sejam colaboradores, terceiros ou outras partes interessadas, devem sempre agir com integridade, ética e conduta profissional digna, de maneira a preservar e reforçar a reputação da agência e do mercado publicitário de modo geral.

5.13. Atividades Políticas e Sindicais

A Art&C reconhece a importância do pleno exercício da cidadania pelos seus colaboradores, bem como do direito individual de participação política ou sindical, filiação partidária e candidatura a cargos públicos ou políticos, no entanto, entende que sua vinculação direta pode trazer consequências indesejadas.

Neste sentido, a Art&C destaca a necessidade de preservação de sua imagem, independência e o caráter não partidário de sua atuação, proibindo, por exemplo:

- A utilização de cargo, função, posição ou influência para obter apoio a determinado candidato ou partido político;
- A utilização, para fins político-partidários, de documentos, dados ou informações a que se tem acesso em razão de suas atividades;
- A utilização de instalações físicas, equipamentos, bens ou materiais de consumo da agência para fins político-partidários;
- A utilização de qualquer endereço físico da agência para atividades político-partidárias;
- A utilização de um endereço eletrônico da agência (e-mail, chat etc.) para troca de correspondências relacionadas a sua participação político-partidária;
- Solicitar ou ceder os serviços de colaboradores da agência para comitês de campanha eleitoral de candidatos, partidos políticos ou coligações, durante o horário de expediente de trabalho;
- Expressar-se em nome da agência na defesa ou no apoio a candidatos ou partidos políticos ou fazer discursos a favor ou contra partidos e/ou candidatos nas dependências da agência ou em locais em que estiverem sendo realizadas atividades da empresa (hotéis, restaurantes etc.);
- Fazer panfletagem a favor ou contra candidatos e/ou partidos políticos nas dependências da agência ou em locais em que estiverem sendo realizadas atividades da empresa (hotéis, restaurantes etc.);
- Fazer propaganda política de qualquer espécie nas dependências da agência ou nos veículos de comunicação interna da empresa, incluindo internet, intranet, informativos e comunicados;
- Utilizar ou ceder as instalações da agência para atividades de campanha, entre as quais comícios, reuniões, gravações de rádio e TV etc.;

- Transmitir a impressão a interlocutores e/ou plateias de que o colaborador está representando e expressando a opinião e posição da agência;
- Utilizar a marca ou logo da agência, bem como qualquer peça de vestuário ou crachá, em atividades político-partidárias, como comícios, reuniões etc.

Os colaboradores, prestadores de serviço e parceiros de negócio, devem:

- Caso se candidatem a algum cargo público, informar imediatamente tal fato à Diretoria da Agência ou ao Comitê de Compliance para que possam encaminhar a informação às demais áreas competentes e tomar as devidas providências, se necessário;
- Informar ao superior direto qualquer atividade político-partidária de que estejam participando e que possa influenciar ou conflitar com os interesses da agência, como participação em comitês de campanha ou concorrência a cargos eletivos;
- Comunicar ao superior direto qualquer circunstância ou fato impeditivo de sua participação em processo decisório da empresa em virtude de atuação política.

6. Gestão do Código

Conhecer e aplicar as disposições deste Código constituem responsabilidades de todos. No entanto, a instância responsável pela gestão do Programa de Compliance e Integridade, bem como do presente Código de Conduta, é o Comitê de Compliance, um órgão colegiado, composto por três Colaboradores da Art&C. Os detalhes da sua estrutura, responsabilidades e funcionamento estão detalhados no Regimento Interno do Comitê de Compliance.

7. Violações ao Código

Colaboradores que violarem leis, normas externas ou internas aplicáveis, incluindo as de Compliance e Integridade da Art&C ou que, conscientemente, forneçam informações falsas, incorretas ou incompletas, ou ainda se omitam diante de situações em que deveriam agir de acordo com este Código e optem por se silenciar, poderão sofrer medidas disciplinares, de acordo com o artigo 482 da CLT.

Medida disciplinar pode consistir em advertência, suspensão ou dispensa do colaborador, incluindo por justa causa.

A Art&C espera que seus colaboradores sejam cooperativos em investigações, sendo sinceros e acessíveis em todos os momentos.

O Comitê de Compliance apurará as possíveis violações a esse Código e aos demais instrumentos de controle de Compliance. A tomada de decisão pela aplicação (ou não) da sanção é de responsabilidade da Diretoria da Art&C, à qual o Comitê de Compliance reporta-se diretamente.

O colaborador deve estar ciente que as sanções não se limitam às medidas disciplinares estabelecidas neste Código, podendo ser levadas às esferas competentes, judiciais e/ou administrativas.

Prestadores de serviço, parceiros de negócio e terceiras partes também poderão responder por violações, aplicando-se as disposições das cláusulas contratuais que regem cada relação.

8. Canal de Ética

É dever do colaborador, prestador de serviço e/ou parceiro de negócio reportar a ocorrência de qualquer não conformidade relacionada, direta ou indiretamente, à agência.

A realização de denúncias poderá ser feita pelo público em geral, de maneira identificada ou anônima, desde que haja uma conduta contrária às leis e demais normas externas e internas aplicáveis, incluindo este Código de Conduta e demais políticas de Compliance e Integridade.

As denúncias deverão ser fundamentadas, preferencialmente acompanhadas de provas ou evidências, para subsidiar a abertura de um processo investigativo interno. É proibida a realização de denúncias de má-fé, contra desafetos pessoais, ou ainda retratando situações infundadas. O denunciante de boa-fé, além da preservação de sua identidade, contará com a garantia da agência pela sua proteção e não retaliação.

As denúncias serão recebidas e registradas em ferramenta específica e sigilosa, por empresa terceirizada e especializada e, posteriormente, direcionadas ao Comitê de Compliance para tratamento.

O canal poderá ser utilizado para o esclarecimento de dúvidas relacionadas ao Programa de Compliance e Integridade.

<https://www.artc.ouvidoriacompliance.com.br/>

9. Termo de Adesão

A seguir você declara estar ciente e de acordo com as disposições apresentadas nesse Código, devendo firmar o Termo de Adesão. Orienta-se ainda que seja entregue uma via assinada por cada colaborador ao departamento de Gestão de Pessoas para arquivamento junto ao contrato de trabalho de cada qual.

Prestadores de serviço e parceiros de negócio poderão firmar o termo, ou ainda, comprometer-se em relação aos compromissos de Compliance e Integridade em seus respectivos instrumentos contratuais.

REVISÃO			
DATA	04/06/2021		
EXECUTADO POR	Veritaz Consultoria		
VERIFICADO POR	Comitê de Compliance Art&C		
APROVADO POR	Arturo Câmara e João Daniel Vale		

TERMO DE ADESÃO E COMPROMISSO COM O CÓDIGO DE CONDUTA

Eu, _____, portador(a) do CPF _____, declaro que reconheço nos termos do Código de Conduta e demais normas internas de Compliance e Integridade da Art&C as principais diretrizes de conduta estabelecidas pela organização e estou ciente do meu dever em praticar e aplicar tais regras, bem como das sanções aplicáveis em caso de descumprimento.

Meu aceite a este termo é manifestação da minha livre concordância.

_____, _____ de _____ de 20____.
(cidade) (UF) (dia) (mês) (ano)

(Assinatura)

ART&C
COMUNICAÇÃO INTEGRADA