



## Código de Integridade

# Imagem e Relacionamento Corporativo em Mídia Digital

Grupo Sirama

## ÍNDICE

### Sumário

1. Contexto .....	2
2. Objetivo .....	2
3. A quem se aplica .....	3
4. Conceitos.....	3
5. Diretrizes para o Relacionamento Corporativo em Mídias Digitais .....	4
6. Recomendações Práticas.....	5
6.1 O Que Deve Ser Feito:.....	5
6.2 O Que Nunca se Deve Fazer: .....	7
7. Políticas e procedimentos associados. ....	8
8. Governança.....	9
8.1 Desvios de Conduta e Não Conformidades .....	9
8.2 A quem pedir orientação? .....	9
9. Caso você identifique situação de desvio de conduta ou não conformidade.....	9
ANEXO I .....	10
ANEXO II – MODELO DE AUTORIZAÇÃO INTERNA .....	11

## 1. Contexto

- 1.1 **Imagem, reputação e credibilidade** são ativos do Grupo Sirama (“Companhia”), edificados através da experiência acumulada nos relacionamentos de longo prazo estabelecidos com clientes, colaboradores, parceiros, e demais públicos interessados.
- 1.2 Construir uma boa imagem é um trabalho árduo e que exige tempo. Destruí-la pode durar o tempo da divulgação de uma notícia em rede social. Ou seja, questão de segundos.
- 1.3 A facilidade e rapidez do acesso à internet, o volume descomunal de informações disponibilizadas, a indevida banalização de conteúdos, a falsa sensação de anonimato, dentre outros pontos, podem induzir a equivocada ideia de que a internet seja um local que pode funcionar sem regras, o que não é verdade.
- 1.4 A avaliação geral dos públicos interessados sobre a Companhia tem sido cada vez mais impactada pela interação direta com plataformas sociais e mídias digitais. Essa conjuntura torna imperativo estabelecer alinhamentos e diretrizes para gerenciar os fatores que afetam a imagem corporativa nesse ambiente.

## 2. Objetivo

- 2.1 Este Código de Integridade Imagem e Relacionamento Corporativo em Mídia Digital do Grupo Sirama (“Código”) visa resguardar a “Imagem do Grupo Sirama” em todos os meios de comunicação, incluindo o relacionamento corporativo em mídias digitais, perante seus Colaboradores, clientes, parceiros, administração pública e a mídia em geral, por meio das diretrizes a serem observadas por todos os Colaboradores do Grupo Sirama.
- 2.2 O Código é um complemento e uma extensão da Política de Conduta Ética do Grupo Sirama para o tema em questão.
- 2.3 **Base Legal:**
  - 2.3.1 No Direito Brasileiro, diversas legislações regulam não apenas a proteção das informações confidenciais de pessoas jurídicas como também de pessoas físicas, dentre as quais destacamos a Lei n.º 12.965/2014 – Marco Legal da Internet bem como a Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados, seja identificando condutas vedadas, seja impondo limites e consequências de ordem administrativa, cível e criminal.
  - 2.3.2 São exemplos de condutas vedadas por lei e passíveis de sanção administrativa, cível e criminal

(vide ANEXO I): violação de segredo profissional; invasão de dispositivo informático; crime contra a propriedade industrial; difamação; discriminação; tráfico de drogas; pedofilia; violação de direito autoral e pirataria; plágio; falsa identidade; bullying.

2.3.3 As orientações e diretrizes deste Código têm fundamento na Constituição Federal, no Código Penal brasileiro (Decreto-Lei n.º 2.848/1940), no Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei n.º 8.069/1990), na Lei de Proteção da Propriedade Intelectual de Programa de Computador (Lei n.º 9.609/1998), na Lei Sistema Nacional de Políticas Públicas sobre Drogas - Sisnad (Lei n.º 11.343/2006), na Lei dos Crimes de Preconceito de Raça ou de Cor (Lei n.º 7.716/1989), na Lei de Propriedade Industrial (Lei n.º 9.279/1996), na Lei de Combate à Intimidação Sistemática (Bullying - Lei n.º 13.185/2015), no Código Civil (Lei n.º 10.406/2002), na Lei do Marco Legal da Internet (Lei n.º 12.965/2014), na Lei Geral de Proteção de Dados (Lei nº 13.709/2018), e legislações correlatas.

### 3. A quem se aplica

- 3.1 Este Código é aplicável aos Colaboradores do Grupo Sirama ("Colaboradores") em todas as atividades desenvolvidas em suas filiais e negócios, assim definidas como:
- Administradores: Conselheiros e Diretores;
  - Empregados;
  - Temporários;
  - Estagiários;
  - Jovens Aprendizizes;
  - Terceiros, prestadores de serviços, representantes, parceiros de negócio, dentre outros, que atuem junto ou em nome de qualquer empresa do Grupo Sirama ("Terceiros").

### 4. Conceitos

- 4.1 Por **risco de Imagem e Reputação** deve-se entender como aquele decorrente das práticas internas, eventos e fatores externos que possam gerar uma percepção negativa da Companhia por parte dos clientes, colaboradores, acionistas, parceiros comerciais, entre outros públicos interessados, acarretando em impactos no valor de marcas e em perdas financeiras, além de afetar de maneira adversa a capacidade de manter

relações comerciais existentes, dar início a novos negócios e continuar tendo acesso a fontes de recursos.

- 4.2 Por **Relacionamento Corporativo em Mídias Digitais** deve ser compreendido como todas as informações do Grupo Sirama divulgadas/compartilhadas por seus administradores e Colaboradores em redes sociais, sejam essas digitais, impressas, televisivas ou radiofônicas, relativas às estruturas, atividades, negócios e funcionários do Grupo Sirama.
- 4.3 O termo **“Imagem do Grupo Sirama”** deve ser compreendido como:
- i. a expressão, por meio de uso ou publicação, de qualquer característica que identifique o Grupo Sirama e empresas do grupo, tais como: marcas, nomes e quaisquer informações ou conhecimentos técnicos, administrativos ou comerciais, em especial informações relativas às tecnologias, métodos, sistemas, produtos fabricados, aos serviços prestados, ainda que em desenvolvimento, bem como aquelas ligadas à organização interna de qualquer uma das empresas do grupo.
  - ii. a percepção ou interpretação da Imagem da Companhia por seus clientes, colaboradores, parceiros, e demais públicos interessados.

## 5. Diretrizes para o Relacionamento Corporativo em Mídias Digitais

- 5.1 O risco de Imagem e Reputação permeia, direta e indiretamente, todas as operações, negócios e processos do Grupo Sirama. A governança da Companhia está estruturada de maneira a garantir que potenciais fatores desse risco sejam identificados, analisados e gerenciados ainda nas fases iniciais por meio de diversos processos e iniciativas internas, dentre as quais destacam-se:
- Diretrizes de ética e prevenção à corrupção;
  - Processos e diretrizes para gestão comercial e concorrência saudável
  - Processos e diretrizes para relacionamento com agentes públicos;
  - Iniciativas de ouvidoria e canal de denúncias;
  - Processo de comunicação corporativa;
  - Processo de gestão de crises e continuidade de negócios;
- A gestão de relacionamento em mídia digital vem integrar e complementar a estrutura de governança para mitigação do risco de Imagem e Reputação.
- 5.2 O Relacionamento Corporativo em Mídias Digitais deve respeitar as diretrizes da Política de Conduta Ética do Grupo Sirama, e cumprir a legislação em vigor.

- 5.3 Relacionamentos em mídias digitais pressupõem interatividade mediante o compartilhamento dos mais diversos conteúdos, o que demanda, por sua vez, cautela por parte daquele que compartilha, de forma a torná-la saudável, proveitosa e, sobretudo, segura. Reputações podem ser desconstruídas por meio de um mero clique.
- 5.4 A utilização da Imagem do Grupo Sirama no **curso normal dos negócios e das operações** ou em decorrência do **exercício de responsabilidade funcional do colaborador**, com cuidado e diligência, em benefício e visando a defesa dos interesses da empresa, é permitida aos Administradores, Empregados e Terceiros, ressalvada a condição estabelecida aos Terceiros neste Código.
- 5.5 A utilização da Imagem do Grupo Sirama por Terceiros deverá ser precedida de autorização da empresa através de e-mail ou formulário específico (ver modelo no ANEXO II), que ocorrerá por meio de empregado designado que mantenha relação comercial com o Terceiro, ou pelo(s) Administrador(es), que tenha(m) poderes para outorgar procurações e/ou ratificar a utilização da imagem.
- 5.6 A utilização **indevida** da Imagem do Grupo Sirama – isto é, sem autorização ou com abuso dela, por meio de armazenamento, utilização ou divulgação de informações, imagens ou documentos que sejam

contrários à lei ou aos interesses das empresas do Grupo Sirama e de seus Administradores – que possam trazer repercussões negativas às empresas, aos seus Empregados ou Administradores – é absolutamente **PROIBIDA**.

- 5.7 A Companhia mantém o monitoramento proativo de plataformas sociais e mídias digitais, para identificação de eventual uso indevido de sua imagem e para proteção de sua reputação.

## 6. Recomendações Práticas

### 6.1 O Que Deve Ser Feito:

- 6.1.1 O colaborador que postar/compartilhar informações/ eventos/ produtos relativos ao Grupo Sirama em redes Sociais como LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, Pinterest, poderá fazê-lo desde que:
- a atividade seja realizada no curso normal dos negócios e das operações, conforme disposto neste Código;
  - a atividade esteja ligada ao exercício da sua responsabilidade funcional, para a qual tenha sido formalmente contratado;
- ou, **à exceção dessas situações,**

- iii. para o uso de qualquer imagem que envolva logomarcas das empresas do Grupo Sirama, seja obtida autorização por e-mail da Consultoria de Marketing da Diretoria Comercial de modo a proteger a identidade Corporativa da Companhia.
- iv. – quando não envolver logomarcas - esteja devidamente autorizado pelo superior hierárquico responsável através de e-mail ou formulário específico (ver modelo de autorização interna no ANEXO II). A autorização interna deve ser mantida em arquivo na área.

6.1.2 Certificar-se antes de qualquer publicação que qualquer referência feita a clientes, parceiros e fornecedores não viole nenhuma obrigação de não divulgação;

6.1.3 O Terceiro que desejar postar/compartilhar informações/ eventos/ produtos relativos ao Grupo Sirama em redes Sociais como LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, Pinterest, poderá fazê-lo desde que:

- i. a atividade seja realizada no curso normal dos negócios e das operações, conforme disposto neste Código; e
- ii. para o uso de qualquer imagem que envolva logomarcas das empresas do Grupo Sirama,

seja obtida autorização por e-mail da Consultoria de Marketing da Diretoria Comercial de modo a proteger a identidade Corporativa da Companhia;

- iii. – quando não envolver logomarcas - seja precedida de comunicação a empregado designado que mantenha relação comercial com o Terceiro – ou de Administrador responsável – que deverá observar e concordar com o uso da imagem através de e-mail ou formulário específico (ver modelo de autorização interna no ANEXO II).

As autorizações internas devem ser mantidas em arquivo pela área que as conceder.

6.1.4 Relatar imediatamente à COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO ou à Ouvidoria SER Itambé acerca de:

- i. Qualquer postagem/informação/notícia do Grupo Sirama que seja percebida como contrária aos seus valores ou que possa prejudicar sua imagem corporativa;
- ii. Qualquer plataforma ou mídia social que faça uso de imagem do Grupo Sirama, de que se desconhe que não seja autorizada.

6.1.5 Caso um Colaborador que não esteja oficialmente autorizado a falar em nome da empresa, venha a

ser questionado por membros da imprensa ou terceiros acerca de questões relativas ao Grupo Sirama, deve:

- i. Explicar que não detém a informação solicitada e direcionar o contato à COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO;
- ii. Reportar imediatamente a situação à COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO.

6.1.6 Em plataformas sociais ou mídias digitais na qual se identifique qualquer imagem do Grupo Sirama:

- i. Não compartilhar: informação da empresa que não esteja disponível para compartilhamento; informações não confirmadas como verdadeiras; polêmicas de qualquer natureza.
- ii. Somente tratar de assuntos profissionais, manifestar-se sempre em tom respeitoso e ético, mesmo quando discordar de outros pontos de vista, sem alimentar discussões e controvérsias.

6.1.7 Em plataformas e mídias de uso pessoal ou públicos:

- i. não tentar defender a empresa sob qualquer pretexto, e sim reportar o caso à COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO
- ii. não envolver o nome da empresa em discussões e polêmicas, e

iii. não compartilhar qualquer informação da empresa que não esteja disponível para compartilhamento,

## **6.2 O Que Nunca se Deve Fazer:**

- 6.2.1 Utilizar a Imagem do Grupo Sirama de forma indevida, contrária à lei ou aos interesses das empresas e de seus Administradores – isto é, que possam trazer repercussões negativas às empresas, aos seus Empregados ou Administradores.
- 6.2.2 Revelar informações ou fazer uso de dados pessoais sobre colegas de trabalho e outras pessoas, ou mesmo publicar fotos delas sem permissão.
- 6.2.3 Utilizar a Imagem do Grupo Sirama – por exemplo, por meio de postagem e compartilhamento de informações/eventos/ produtos do Grupo Sirama em redes Sociais (LinkedIn, Twitter, Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, Pinterest etc) - sem o cuidado e diligência necessários de obter autorização requerida ou de verificar se contraria ou não os interesses das empresas do grupo Sirama.
- 6.2.4 Como Terceiro, utilizar a Imagem do Grupo Sirama sem a necessária comunicação prévia a

empregado designado com o qual mantenha relação comercial, nos termos deste Código (item 6.1.3, ii), fora do curso normal dos negócios e da operação e sem o cuidado e diligência necessários que se espera que o Terceiro empregue na condução de sua atividade para com os seus próprios negócios.

- 6.2.5 Extrair, copiar ou fazer download de informações armazenadas na rede corporativa do Grupo Sirama bem como efetuar a respectiva divulgação/ postagem/ compartilhamento ou ainda, permitir que terceiros assim o façam, sem prévia e expressa autorização da empresa, nos termos deste Código (item 6.1.1, iii)
- 6.2.6 Postar artigos, textos, opiniões de cunho pessoal, que aparentem ou sugiram ser essa a mesma opinião do Grupo Sirama;
- 6.2.7 Prestar / fornecer informações relativas ao Grupo Sirama a veículos de imprensa ou a Terceiros, assim como representar a Companhia em vídeos, anúncios e/ou em mídia geral:
  - i. sem a prévia ciência e autorização de superior responsável do Grupo Sirama,
  - ii. sem que seja formalmente designado para esta finalidade por sua função ou por meio de autorização específica,

- 6.2.7.1 Sempre notificar a COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO – CCOM e obter dela orientação sobre como divulgar / representar a Companhia, independentemente da aprovação.
- 6.2.7.2 Notificar à DIRETORIA ADMINISTRATIVA JURÍDICA – DAJ sempre que a situação pela qual se vá divulgar informação tenha sido caracterizada como “crise”, nos termos do ‘PR 23002 – Plano de Gestão e Comunicação de Crise’.

## **7 Políticas e procedimentos associados.**

- Política de Conduta Ética
- Código de Integridade Anticorrupção e Relacionamento com o Setor Público
- Código e Manual de Integridade Concorrencial
- Código de Integridade para Contratação e Relacionamento com Terceiros
- Código de Integridade para Brindes, Presentes e Hospitalidades
- Código de Integridade para Aplicação de Medidas de Consequências
- Instrução Interna (IN) nº PR 13001 – Utilização de Correio Eletrônico
- Instrução Interna (IN) PR 13002 – Acesso à Internet



- Instrução Interna (IN) PR 13004 – Utilização da Rede Corporativa
- Instrução Interna (IN) PR 13005 – Utilização da Estação de Trabalho
- Políticas, Códigos, Manuais, Instruções Internas e demais documentos do Grupo Sirama.

## 8 Governança

### 8.1 Desvios de Conduta e Não Conformidades

8.1.1 O descumprimento do disposto neste Código sujeitará o Colaborador às medidas previstas no Código de Integridade para Aplicação de Medidas de Consequências.

### 8.2 A quem pedir orientação?

8.2.1 Caso tenha alguma dúvida em relação às regras deste Código e à sua aplicação, peça orientação ao Departamento de Conformidade e Gestão Societária - DCGS.

Os telefones e e-mails do DCGS são os seguintes:

- Telefones: (41) 3317-1041; (41) 3317-1196; (41) 3317-1161
- Ramais internos: 1041; 1196; 1161
- E-mail: [dcgs@cimentoitambe.com.br](mailto:dcgs@cimentoitambe.com.br)

8.2.2 Caso o Colaborador venha a ser questionado por membros da imprensa ou terceiros acerca de

questões relativas ao Grupo Sirama, peça orientação à COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO:

- Telefone: (041) 3317-1140
- Ramal interno: 1140
- E-mail: [comunicacaointerna@cimentoitambe.com.br](mailto:comunicacaointerna@cimentoitambe.com.br)

## 9 Caso você identifique situação de desvio de conduta ou não conformidade

9.1 Situações de desvio de conduta ou de não conformidades com relação a este Código de Integridade ou à Política de Conduta Ética devem ser relatadas à Ouvidoria SER Itambé.

9.2 A Ouvidoria é o meio seguro para que se possa, de boa-fé, fazer relatos, em caráter confidencial e isento de retaliações, sobre o descumprimento da Política de Conduta Ética. Tais relatos deverão ser acompanhados de informações adequadas para permitir sua apuração pela Companhia.

- **Telefone:** 0800 792 1010
- **Site:** [www.ouvidoriaseritambe.com.br](http://www.ouvidoriaseritambe.com.br)
- **Caixa Postal:** BARUERI - SP | CP: 521 | CEP: 06320 – 97

## ANEXO I

CRIMES/ILÍCITOS	CONDUTA	LEGISLAÇÃO	PENALIDADES
Violação de Segredo Profissional	Revelar e/ou compartilhar segredo profissional ao qual tenha acesso em razão da função exercida.	Art. 154 do Código Penal	Detenção, de três meses a um ano, ou multa
Invasão de dispositivo informático.	Acessar dispositivo informático alheio (computadores, celulares, etc.) com o fim de obter, copiar, adulterar ou destruir conteúdo de comunicações eletrônicas privadas, segredos comerciais ou industriais, informações sigilosas	Art. 154-A do Código Penal.	Reclusão, de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos, e multa,
Crime contra a propriedade industrial	Usar logomarca ou marcas de empresas em sites, comunidades ou em outros materiais sem a devida autorização, ou imitá-las de modo que possam induzir terceiros em erro.	Art. 189 da Lei 9.279/96	Detenção, de 3 meses a 1 ano ou multa.
Difamação	Postar conteúdos denegrindo a imagem e a reputação de terceiro.	Art. 139 do Código Penal	Detenção, de 3 meses a 1 ano e multa.
Discriminação	Participar de comunidade virtual que discrimine pessoas por conta de sua etnia, religião ou nacionalidade.	Art. 20 da Lei 7.716/89	Reclusão, de 1 a 3 anos e multa.
Tráfico de Drogas	Criar comunidade virtual ou participar de comunidade virtual que promova a venda de drogas ilícitas.	Art. 33 da Lei 11.343/06	Reclusão, de 5 a 15 anos e multa.
Pedofilia	Participar de comunidade virtual que compartilhe pornografia infantil.	Art. 241-A do Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei 8.069/90)	Reclusão, de 3 a 6 anos e multa.
Violação de direito autoral e pirataria.	Copiar conteúdo de terceiros sem autorização ou usar software ou jogo sem a respectiva licença.	Art. 184 do Código Penal e Art. 12 da Lei 9.609/98	Detenção, de 3 meses a 1 ano ou multa. Se houver intuito de lucro, reclusão de 1 a 4 anos e multa.
Plágio	Publicar texto de terceiros como se fosse seu.	Art. 184 do Código Penal e Arts. 186, 187 e 927 do Código Civil	Detenção, de 3 meses a 1 ano ou multa. Se houver intuito de lucro, reclusão de 1 a 4 anos e multa.
Falsa identidade	Acessar as redes de colegas fingindo ser ele e, em seu nome, causar danos a terceiros.	Art. 307 do Código Penal	Detenção, de 3 meses a 1 ano ou multa.
Falsa identidade	Criar perfil falso e se passar por esta pessoa.	Art. 308 do Código Penal	Detenção, de 4 meses a 2 anos ou multa.
Bullying	Depreciar, enviar mensagens intrusivas da intimidade, enviar ou adulterar fotos e dados pessoais que resultem em sofrimento ou com o intuito de criar meios de constrangimento psicológico e social.	Lei 13.185/2015 e Código Penal, Arts. 140, §2º (injúria), 146 (Constrangimento ilegal).	Reclusão de 1 a 3 anos e multa.

## ANEXO II – MODELO DE AUTORIZAÇÃO INTERNA

CIÊNCIA E AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM		Data: __/__/__
<b>OBJETIVO</b>	[Descrever o objetivo do uso da imagem]	
<b>REQUISITANTE/ TERCEIRO</b>	[NOME]	
<b>OBSERVAÇÕES</b>	- O Requisitante/ Terceiro comunicou previamente o uso de imagem do Grupo Sirama que pretende fazer com o objetivo acima, e está ciente de que deverá obedecer a todas as disposições do <b>Código de Integridade de Imagem e Relacionamento Corporativo em Mídia Digital</b> , sob pena de se sujeitar às medidas previstas no Código de Integridade para Aplicação de Medidas de Consequências.	
<b>AUTORIZADO POR:</b>	[NOME]	
<b>ASSINATURA</b>		

**Observação:** A presente autorização poderá ser substituída ou efetivada por qualquer meio eletrônico desde que contenha os requisitos deste documento: DATA, OBJETIVO, NOME DO REQUISITANTE, NOME DE QUEM AUTORIZOU, que deverá **atestar** a ciência e concordância pelo Requisitante/ Terceiro em cumprir com as disposições do Código de Integridade de Imagem e Relacionamento Corporativo em Mídia Digital do Grupo Sirama.