

CÓDIGO DE INTEGRIDADE E RELACIONAMENTO COM FORNECEDORES, PATROCINADORES, DOADORES, INVESTIDORES E PARCEIROS PÚBLICOS DO CENTRO CULTURAL JULIANA MAIA (CCJM)

SUMÁRIO

1. Apresentação
2. Finalidade e Fundamentação Legal
3. Abrangência e Princípios Éticos
4. Valores Institucionais do CCJM
5. Diretrizes de Relacionamento com Patrocinadores e Investidores
6. Diretrizes de Relacionamento com Doadores e Apoiadores Individuais
7. Diretrizes de Relacionamento com Órgãos e Entidades Públicas
8. Relações com Fornecedores e Prestadores de Serviço
9. Prevenção à Corrupção, Conflito de Interesses e Lavagem de Dinheiro
10. Critérios de Parceria, *Due Diligence* e Transparência Contratual
11. Comunicação Institucional e Uso da Imagem do CCJM
12. Responsabilidades e Deveres das Partes
13. Fiscalização, Monitoramento e Canal de Integridade
14. Infrações, Sanções e Consequências
15. Vigência e Revisão Periódica

1. APRESENTAÇÃO

O Centro Cultural Juliana Maia (CCJM) é uma organização da sociedade civil, autônoma, apartidária e sem fins lucrativos, que tem como missão combater a desigualdade social por meio da arte, da educação, do esporte e do lazer, promovendo a cultura como instrumento de transformação humana e cidadania.

Este Código de Integridade e Relacionamento faz parte do Programa de *Compliance* e Integridade Institucional e tem como propósito orientar todas as relações do CCJM com patrocinadores, doadores, investidores, fornecedores e órgãos públicos, assegurando ética, transparência, equidade e responsabilidade social em cada parceria estabelecida.

2. FINALIDADE E FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

2.1. O presente Código tem por finalidade:

- a) Garantir que todas as relações institucionais sejam éticas, transparentes e em conformidade com a lei;
- b) Prevenir riscos de corrupção, fraude, conflito de interesses e desvio de finalidade;
- c) Fortalecer a confiança e a reputação do CCJM perante seus parceiros e a sociedade;
- d) Promover segurança jurídica e reputacional nas parcerias com o poder público e o setor privado.

2.2. O presente Código fundamenta-se nos seguintes marcos legais e normativos:

- a) Lei nº 12.846/2013 (Lei Anticorrupção);
- b) Decreto nº 8.420/2015 (Regulamentação do Programa de Integridade);
- c) Lei nº 13.019/2014 (Marco Regulatório das Organizações da Sociedade Civil);
- d) Lei nº 9.610/1998 (Direitos Autorais e Uso de Imagem);
- e) Agenda 2030 da ONU – ODS 4, 10, 16 e 17;
- f) Código de Ética e Integridade do CCJM e o Estatuto Social vigente.

3. ABRANGÊNCIA E PRINCÍPIOS ÉTICOS

3.1. Este Código aplica-se a:

- Patrocinadores, investidores e doadores;
- Fornecedores, prestadores de serviço e consultores;
- Órgãos públicos e entidades conveniadas;
- Todos os colaboradores e dirigentes que mantenham relação direta ou indireta com tais parceiros.

3.2. São princípios que regem estas relações:

- a) Transparência – total clareza nas informações e comunicações;
- b) Integridade – observância rigorosa das normas éticas e legais;
- c) Responsabilidade social – compromisso com o impacto positivo das ações;
- d) Imparcialidade – ausência de favorecimento político, religioso ou pessoal;
- e) Sustentabilidade – equilíbrio entre resultado social e gestão responsável dos recursos;
- f) Prestação de contas – accountability pública e permanente.

4. VALORES INSTITUCIONAIS DO CCJM

4.1 São valores institucionais do CCJM:

- a) Honestidade e boa-fé em todas as interações;

- b) Zelo pela reputação institucional e pelo nome da cultura brasileira;
- c) Respeito à diversidade e à dignidade humana;
- d) Comprometimento com a missão social;
- e) Transparência nas decisões e uso de recursos;
- f) Rejeição absoluta a qualquer prática de corrupção, tráfico de influência, lavagem de dinheiro ou fraude.

5. DIRETRIZES DE RELACIONAMENTO COM PATROCINADORES E INVESTIDORES

5.1 Todos os patrocínios devem ter finalidade cultural, educacional ou social, em consonância com os objetivos estatutários do CCJM.

5.2 A instituição não aceita patrocínios que impliquem contrapartidas políticas, religiosas ou pessoais.

5.3 Todos os recursos devem ser formalmente documentados por meio de contrato, convênio, termo de parceria ou instrumento jurídico equivalente.

5.4 Os patrocinadores terão acesso à prestação de contas financeira e técnica referente às ações apoiadas.

5.5 As contrapartidas de visibilidade serão previamente definidas, respeitando a imagem institucional do CCJM e as leis de incentivo aplicáveis.

5.6 O CCJM reserva-se o direito de recusar patrocínios oriundos de empresas ou entidades envolvidas em práticas contrárias à ética, à lei ou aos direitos humanos.

6. DIRETRIZES DE RELACIONAMENTO COM DOADORES E APOIADORES INDIVIDUAIS

6.1 As doações ao CCJM devem ser voluntárias, legítimas e transparentes, podendo ser financeiras, materiais ou de serviços.

6.2 Nenhuma doação poderá estar condicionada a favores, benefícios ou contrapartidas pessoais.

6.3 Todo apoio recebido será registrado e contabilizado, observando as normas fiscais e contábeis.

6.4 O CCJM compromete-se a utilizar integralmente os recursos doados em projetos alinhados à sua missão social e cultural.

6.5 A instituição garantirá confidencialidade e respeito aos doadores que optarem pelo anonimato, em conformidade com a LGPD.

7. DIRETRIZES DE RELACIONAMENTO COM ÓRGÃOS E ENTIDADES PÚBLICAS

7.1 As relações com órgãos públicos serão pautadas pela transparência, legalidade e ética institucional.

7.2 O CCJM atuará em estrita conformidade com o Marco Regulatório das OSCs (Lei nº 13.019/2014).

7.3 A celebração de convênios, termos de fomento e contratos de gestão exigirá:

- regularidade fiscal e jurídica da instituição;
- comprovação de capacidade técnica e de execução;
- prestação de contas detalhada.

7.4 O CCJM repudia qualquer forma de vantagem indevida, suborno ou direcionamento de recursos públicos.

7.5 Toda comunicação com o poder público deverá ser formal e documentada.

8. RELAÇÕES COM FORNECEDORES E PRESTADORES DE SERVIÇO

8.1 A contratação de fornecedores será baseada em critérios técnicos, éticos e econômicos;

8.2 Devem ser observados os princípios da impessoalidade, legalidade e eficiência;

8.3 É obrigatória a verificação prévia de idoneidade e conformidade (due diligence) de todos os prestadores;

8.4 Todo contrato deve conter cláusula anticorrupção, de confidencialidade e de integridade;

8.5 O CCJM incentiva o uso de fornecedores locais, sustentáveis e socialmente responsáveis.

9. PREVENÇÃO À CORRUPÇÃO, CONFLITO DE INTERESSES E LAVAGEM DE DINHEIRO

9.1 É expressamente proibida a oferta, promessa, pagamento ou recebimento de vantagens indevidas em qualquer relação institucional;

9.2 Nenhum dirigente ou colaborador pode intermediar relações em que tenha interesse pessoal, familiar ou político;

9.3 O CCJM realiza análise de risco de integridade e origem de recursos antes de aceitar patrocínios ou doações;

9.4 As transações financeiras devem ser sempre identificáveis, registradas e auditáveis;

9.5 Qualquer suspeita de irregularidade deve ser imediatamente comunicada ao Comitê de Ética e Integridade.

10. CRITÉRIOS DE PARCERIA, DUE DILIGENCE E TRANSPARÊNCIA CONTRATUAL

10.1 Todos os parceiros do CCJM devem assinar termo de adesão ao Programa de Integridade, comprometendo-se a seguir os mesmos padrões éticos;

10.2 O CCJM poderá realizar pesquisa reputacional e documental (due diligence) antes de firmar parcerias;

10.3 Os contratos e termos de parceria devem sempre conter:

- objeto claro e alinhado à missão institucional;
- plano de trabalho detalhado;
- prazos, indicadores e formas de acompanhamento;
- cláusulas de integridade, confidencialidade e anticorrupção.

11. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E USO DA IMAGEM DO CCJM

11.1 O uso da marca, logotipo e identidade visual do CCJM deve ser autorizado previamente pela Diretoria de Comunicação;

11.2 A instituição não permite o uso de sua imagem em contextos políticos, religiosos ou comerciais;

11.3 Toda divulgação de parceria deve respeitar as normas de comunicação ética, verídica e proporcional;

11.4 O CCJM mantém política de proteção à propriedade intelectual e aos direitos autorais relativos a seus projetos e obras artísticas.

12. RESPONSABILIDADES E DEVERES DAS PARTES

12.1 Todos os parceiros, patrocinadores, doadores e fornecedores têm o dever de:

- Cumprir as normas deste Código e do Programa de Integridade;
- Manter postura ética, colaborativa e transparente;
- Evitar atos ou omissões que comprometam a reputação da instituição;
- Comunicar qualquer indício de irregularidade ao Canal de Ética.

12.2 O CCJM, por sua vez, compromete-se a:

- Manter prestação de contas pública e acessível;
- Garantir igualdade de tratamento e diálogo transparente;
- Cumprir rigorosamente todas as obrigações contratuais e legais.

13. FISCALIZAÇÃO, MONITORAMENTO E CANAL DE INTEGRIDADE

13.1 O cumprimento deste Código será monitorado pela Diretoria Executiva e pelo Comitê de Ética e Integridade, que poderão:

- Realizar auditorias internas e externas;
- Requerer esclarecimentos ou documentação complementar;
- Emitir pareceres de conformidade;
- Encaminhar irregularidades às instâncias competentes.

13.2 O Canal de Integridade do CCJM está disponível para comunicação de denúncias, dúvidas ou sugestões, com garantia de sigilo e proteção ao denunciante de boa-fé.

14. INFRAÇÕES, SANÇÕES E CONSEQUÊNCIAS

14.1 O descumprimento deste Código poderá resultar em:

- a) Advertência formal;
- b) Rescisão de contrato ou parceria;
- c) Suspensão do direito de participação em projetos;
- d) Inclusão em relatórios públicos de integridade;
- e) Comunicação às autoridades competentes.

14.2 As sanções serão proporcionais à gravidade da infração e precedidas de apuração imparcial.

15. VIGÊNCIA E REVISÃO PERIÓDICA

15.1 Este Código entra em vigor na data de sua assinatura pela Presidente do CCJM, integrando o Programa de *Compliance* e Integridade Institucional.

15.2 Será revisado sempre que houver alteração relevante na legislação ou nas políticas de governança do Terceiro Setor.

Conservatória, Valença (RJ), 24 de novembro de 2025

Juliana Cristina Haruemi Maia Horita

Presidente do CCJM – Centro Cultural Juliana Maia