



BANPARÁ

BANCO DO ESTADO DO PARÁ

Técnico Bancário

**EDITAL N.º 01/2024,
DE 05 DE NOVEMBRO DE 2024**

**CÓD: OP-036NV-24
7908403565115**

Língua Portuguesa

1. Compreensão e interpretação de textos	9
2. Argumentação e persuasão	9
3. Organização textual	17
4. Comunicação assertiva: Linguagem simples, concisa, objetiva	17
5. Coesão e Coerência.....	18
6. Tipologia textual	18
7. Ortografia oficial	19
8. Acentuação gráfica.....	20
9. Emprego do sinal indicativo de crase.....	21
10. Sintaxe da oração e do período	21
11. Pontuação	25
12. Concordância nominal e verbal	29
13. Regência nominal e verbal.....	31
14. Significação das palavras.....	32
15. Colocação do pronome átono.....	32
16. Redação Oficial: escrita de textos formais e Manual de Redação da Presidência da República (disponível no sítio do Planalto na internet).....	33
17. Novo Acordo ortográfico.....	43

Raciocínio Lógico

1. Estrutura lógica de relações entre pessoas, lugares, objetos ou eventos fictícios. Dedução de novas informações das relações fornecidas e avaliação das condições usadas para estabelecer a estrutura daquelas relações.....	61
2. Compreensão e elaboração da lógica das situações por meio de: raciocínio verbal; raciocínio matemático (que envolva, dentre outros, conjuntos numéricos racionais e reais – operações, propriedades, problemas envolvendo as quatro operações nas formas fracionária e decimal, conjuntos numéricos complexos, números e grandezas proporcionais, razão e proporção, divisão proporcional, regra de três simples e composta, porcentagem); raciocínio sequencial; orientação espacial e temporal; formação de conceitos; discriminação de elementos. Compreensão do processo lógico que, a partir de um conjunto de hipóteses, conduz, de forma válida, a conclusões determinadas.....	67

Noções de Informática

1. Conhecimentos básicos de sistemas operacionais: Windows 7, Windows 10 (32-64 bits) e ambiente Linux (Debian)	91
2. Edição de textos, planilhas e apresentações (ambientes Microsoft Office - Word, Excel e PowerPoint - versão O365)	100
3. Segurança da informação: fundamentos, conceitos e mecanismos de segurança.....	105
4. Proteção de estações de trabalho: Controle de dispositivos USB, hardening, antimalware e firewall pessoal.....	107
5. Conceitos de organização e de gerenciamento de informações, arquivos, pastas e programas.....	108
6. Redes de computadores: Conceitos básicos, ferramentas, aplicativos e procedimentos de Internet e intranet. Navegador Web (Microsoft Edge versão 91 e Mozilla Firefox versão 78 ESR), busca e pesquisa na Web	110
7. Correio eletrônico.....	116
8. Grupos de discussão.....	118
9. Fóruns e wikis	120

10. Redes Sociais (Twitter, Facebook, LinkedIn, WhatsApp, YouTube, Instagram e Telegram)	120
11. Visão geral sobre sistemas de suporte à decisão e inteligência de negócio	122
12. Fundamentos sobre análise de dados	123
13. Conceitos de educação a distância	136
14. Conceitos de tecnologias e ferramentas multimídia, de reprodução de áudio e vídeo	138
15. Ferramentas de produtividade e trabalho a distância (Microsoft Teams, Cisco Webex, Google Hangout, Google Drive e Skype)	145

Compliance E Governança Corporativa

1. Noções de Governança Corporativa	161
2. Gestão de Riscos	163
3. Gerenciamento de crises	165
4. Processo de análise e tomada de decisão	166
5. Prevenção à lavagem de dinheiro: Lei nº 9.613/98 e suas alterações	167
6. Circular nº 3.978, de 23 de janeiro de 2020 e Carta Circular nº 4.001, de 29 de janeiro de 2020 e suas alterações	173
7. Resolução CVM 50/2021.....	188
8. Conceitos e medidas de enfrentamento ao assédio moral e sexual.....	201
9. Segurança da informação: fundamentos, conceitos e mecanismos de segurança	202
10. Segurança cibernética: Resolução CMN nº 4893, de 26 de fevereiro de 2021	203
11. Constituição da República Federativa do Brasil: artigo 37 (Princípios constitucionais da Administração Pública: Princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência).....	207
12. Sigilo Bancário: Lei Complementar nº 105/2001 e suas alterações.....	210
13. Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD): Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 e suas alterações.....	213
14. Legislação anticorrupção: Lei nº 12.846/2013.....	227
15. Decreto nº 11.129, de 11 de julho de 2022	230
16. Decreto Estadual nº 2.289, de 13 de dezembro de 2018.....	240
17. Política de Responsabilidade Social, Ambiental e Climática – PRSAC BANPARÁ (disponível no sítio do BANPARÁ na internet)	250
18. Lei de Acesso à Informação: Lei nº 12.527/2011.....	255

Matemática Financeira

1. Conceitos gerais: valor presente, valor futuro, valor do dinheiro no tempo, juros, taxa de juros, prazo de operação	265
2. Razão e proporção; divisão proporcional	275
3. Regra de três simples e composta	278
4. Porcentagem.....	279
5. Juros simples e compostos. Taxas de juros: nominal, efetiva, equivalente, proporcional, real e aparente.....	280
6. Rendas uniformes e variáveis	290
7. Planos de amortização de empréstimos e financiamentos	294
8. Cálculo financeiro: custo real efetivo de operações de financiamento, empréstimo e investimento	297
9. Inflação, variação cambial e taxa de juros	301
10. Equivalência de Capitais em fluxos regulares ou irregulares: VP, VF, prazos e taxas de retorno.....	306

Atendimento e Noções De Ética

1. Noções de Atendimento: Legislação: Lei nº. 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor).....	311
2. Lei nº. 10.048/00	325
3. Lei nº. 10.098/00	326
4. Decreto Federal nº. 5.296/04	329
5. Resolução CMN nº4.433, de 23/07/15 – Sobre a constituição e o funcionamento de componente organizacional de ouvidoria pelas instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil	340
6. Marketing em empresas de serviços: Marketing de relacionamento	343
7. Satisfação, valor e retenção de clientes	344
8. Propaganda e promoção.....	345
9. Telemarketing	346
10. Etiqueta empresarial: comportamento, aparência, cuidados no atendimento pessoal e telefônico	347
11. Vendas: técnicas, planejamento, motivação para vendas	348
12. Relações com clientes.....	350
13. Segmentação de mercado versus segmentação do setor bancário.....	351
14. Noções de Ética: Código de Ética e Conduta Institucional	353
15. Conceitos: ética, moral, valores e virtudes	355
16. Ética aplicada: Noções de ética empresarial e profissional. A gestão da ética nas empresas públicas e privadas	357
17. O padrão ético no serviço público. conflito de interesses	358
18. Ética e responsabilidade social	360

Conhecimentos Bancários

1. Estatuto Social do Banpará	365
2. Abertura e movimentação de contas: documentos básicos	379
3. Pessoa física e pessoa jurídica: capacidade e incapacidade civil, representação e domicílio.....	380
4. Documentos comerciais e títulos de crédito: nota promissória, duplicata, fatura	380
5. Nota fiscal: principais características. Documento de Crédito (DOC): noções básicas. Cheque - requisitos essenciais, circulação, endosso, cruzamento, compensação	384
6. Sistema de Pagamento Brasileiro	388
7. Tipos de sociedade: em nome coletivo, por quotas de responsabilidade limitada, anônimas, firma individual ou empresária	388
8. Estrutura do Sistema Financeiro Nacional (SFN): Conselho Monetário Nacional; Banco Central do Brasil; Comissão de Valores Mobiliários; bancos comerciais; caixas econômicas; cooperativas de crédito; bancos comerciais cooperativos; bancos de investimento; bancos de desenvolvimento; sociedades de crédito, financiamento e investimento; sociedades de arrendamento mercantil; sociedades corretoras de títulos e valores mobiliários; sociedades distribuidoras de títulos e valores mobiliários; bolsas de valores; bolsas de mercadorias e de futuros; Sistema Especial de Liquidação e Custódia (SELIC); Central de Liquidação Financeira e de Custódia de Títulos (CETIP); sociedades de crédito imobiliário; associações de poupança e empréstimo.....	393
9. Conselho de Recursos do Sistema Financeiro Nacional.....	398
10. Sistema de Seguros Privados: sociedades de capitalização	401
11. Previdência Complementar: entidades abertas e entidades fechadas de previdência privada	402
12. Tipos de garantias - Garantias pessoais: aval; fiança. Garantias reais: alienação fiduciária; penhor; hipoteca; fianças bancárias	404
13. Fundo Garantidor de Crédito (FGC)	405

ÍNDICE

14. Os bancos na Era Digital: Atualidade, tendências e desafios.....	410
15. Noções de política econômica.....	412
16. Noções de política monetária, instrumentos de política monetária, formação da taxa de juros.....	413
17. Novos modelos de negócios.....	414
18. Fintechs, startups e big techs.....	418
19. Moedas e ativos digitais: blockchain, bitcoin e demais criptomoedas.....	418
20. Sistema de pagamentos instantâneos (PIX).....	418
21. Open finance.....	419
22. Moedas digitais dos Bancos Centrais: o Real digital (DREX).....	424
23. Transformação digital no Sistema Financeiro.....	425
24. Produtos e serviços financeiros: depósitos à vista; depósitos a prazo (CDB e RDB); cobrança e pagamento de títulos, boletos e carnês; transferências automáticas de fundos; arrecadação de tributos e tarifas públicas.....	426
25. Home banking, mobile banking, banco virtual; cartão de crédito (dinheiro de plástico).....	431
26. Fundos mútuos de investimento.....	437
27. hot money.....	443
28. Contas garantidas.....	446
29. crédito rotativo.....	450
30. Descontos de títulos.....	453
31. financiamento de capital de giro.....	459
32. leasing (tipos, funcionamento, bens).....	462
33. Financiamento de capital fixo.....	467
34. crédito direto ao consumidor.....	471
35. empréstimo em consignação.....	472
36. cadernetas de poupança.....	477
37. cartões de crédito; títulos de capitalização.....	480
38. planos e apólices de seguros.....	483
39. planos de aposentadoria e pensão privados.....	482
40. Mercado Financeiro - mercado monetário.....	488
41. mercado de crédito.....	492
42. mercado de capitais: ações características e direitos, debêntures, diferenças entre companhias abertas e companhias fechadas, funcionamento do mercado à vista de ações, mercado de balcão.....	496
43. mercado de câmbio: instituições autorizadas a operar; operações básicas; contratos de câmbio - características; taxas de câmbio; remessas; SISCOMEX.....	503
44. Mercado Primário e Mercado Secundário.....	508

LÍNGUA PORTUGUESA

COMPREENSÃO E INTERPRETAÇÃO DE TEXTOS

Compreender e interpretar textos é essencial para que o objetivo de comunicação seja alcançado satisfatoriamente. Com isso, é importante saber diferenciar os dois conceitos. Vale lembrar que o texto pode ser verbal ou não-verbal, desde que tenha um sentido completo.

A **compreensão** se relaciona ao entendimento de um texto e de sua proposta comunicativa, decodificando a mensagem explícita. Só depois de compreender o texto que é possível fazer a sua interpretação.

A **interpretação** são as conclusões que chegamos a partir do conteúdo do texto, isto é, ela se encontra para além daquilo que está escrito ou mostrado. Assim, podemos dizer que a interpretação é subjetiva, contando com o conhecimento prévio e do repertório do leitor.

Dessa maneira, para compreender e interpretar bem um texto, é necessário fazer a decodificação de códigos linguísticos e/ou visuais, isto é, identificar figuras de linguagem, reconhecer o sentido de conjunções e preposições, por exemplo, bem como identificar expressões, gestos e cores quando se trata de imagens.

Dicas práticas

1. Faça um resumo (pode ser uma palavra, uma frase, um conceito) sobre o assunto e os argumentos apresentados em cada parágrafo, tentando traçar a linha de raciocínio do texto. Se possível, adicione também pensamentos e inferências próprias às anotações.

2. Tenha sempre um dicionário ou uma ferramenta de busca por perto, para poder procurar o significado de palavras desconhecidas.

3. Fique atento aos detalhes oferecidos pelo texto: dados, fonte de referências e datas.

4. Sublinhe as informações importantes, separando fatos de opiniões.

5. Perceba o enunciado das questões. De um modo geral, questões que esperam **compreensão do texto** aparecem com as seguintes expressões: *o autor afirma/sugere que...; segundo o texto...; de acordo com o autor...* Já as questões que esperam **interpretação do texto** aparecem com as seguintes expressões: *conclui-se do texto que...; o texto permite deduzir que...; qual é a intenção do autor quando afirma que...*

ARGUMENTAÇÃO E PERSUASÃO

Argumentação

O ato de comunicação não visa apenas transmitir uma informação a alguém. Quem comunica pretende criar uma imagem positiva de si mesmo (por exemplo, a de um sujeito educado, ou inteligente, ou culto), quer ser aceito, deseja que o que diz seja admitido como verdadeiro. Em síntese, tem a intenção de convencer, ou seja, tem o desejo de que o ouvinte creia no que o texto diz e faça o que ele propõe.

Se essa é a finalidade última de todo ato de comunicação, todo texto contém um componente argumentativo. A argumentação é o conjunto de recursos de natureza linguística destinados a persuadir a pessoa a quem a comunicação se destina. Está presente em todo tipo de texto e visa a promover adesão às teses e aos pontos de vista defendidos.

As pessoas costumam pensar que o argumento seja apenas uma prova de verdade ou uma razão indiscutível para comprovar a veracidade de um fato. O argumento é mais que isso: como se disse acima, é um recurso de linguagem utilizado para levar o interlocutor a crer naquilo que está sendo dito, a aceitar como verdadeiro o que está sendo transmitido. A argumentação pertence ao domínio da retórica, arte de persuadir as pessoas mediante o uso de recursos de linguagem.

Para compreender claramente o que é um argumento, é bom voltar ao que diz Aristóteles, filósofo grego do século IV a.C., numa obra intitulada “Tópicos: os argumentos são úteis quando se tem de escolher entre duas ou mais coisas”.

Se tivermos de escolher entre uma coisa vantajosa e uma desvantajosa, como a saúde e a doença, não precisamos argumentar. Suponhamos, no entanto, que tenhamos de escolher entre duas coisas igualmente vantajosas, a riqueza e a saúde. Nesse caso, precisamos argumentar sobre qual das duas é mais desejável. O argumento pode então ser definido como qualquer recurso que torna uma coisa mais desejável que outra. Isso significa que ele atua no domínio do preferível. Ele é utilizado para fazer o interlocutor crer que, entre duas teses, uma é mais provável que a outra, mais possível que a outra, mais desejável que a outra, é preferível à outra.

O objetivo da argumentação não é demonstrar a verdade de um fato, mas levar o ouvinte a admitir como verdadeiro o que o enunciador está propondo.

Há uma diferença entre o raciocínio lógico e a argumentação. O primeiro opera no domínio do necessário, ou seja, pretende demonstrar que uma conclusão deriva necessariamente das premissas propostas, que se deduz obrigatoriamente dos postulados admitidos. No raciocínio lógico, as conclusões não dependem de crenças, de uma maneira de ver o mundo, mas apenas do encadeamento de premissas e conclusões.

Por exemplo, um raciocínio lógico é o seguinte encadeamento:
 A é igual a B.
 A é igual a C.
 Então: C é igual a B.

Admitidos os dois postulados, a conclusão é, obrigatoriamente, que C é igual a A.

Outro exemplo:

Todo ruminante é um mamífero.
 A vaca é um ruminante.
 Logo, a vaca é um mamífero.

Admitidas como verdadeiras as duas premissas, a conclusão também será verdadeira.

No domínio da argumentação, as coisas são diferentes. Nele, a conclusão não é necessária, não é obrigatória. Por isso, deve-se mostrar que ela é a mais desejável, a mais provável, a mais plausível. Se o Banco do Brasil fizer uma propaganda dizendo-se mais confiável do que os concorrentes porque existe desde a chegada da família real portuguesa ao Brasil, ele estará dizendo-nos que um banco com quase dois séculos de existência é sólido e, por isso, confiável. Embora não haja relação necessária entre a solidez de uma instituição bancária e sua antiguidade, esta tem peso argumentativo na afirmação da confiabilidade de um banco. Portanto é provável que se creia que um banco mais antigo seja mais confiável do que outro fundado há dois ou três anos.

Enumerar todos os tipos de argumentos é uma tarefa quase impossível, tantas são as formas de que nos valem para fazer as pessoas preferirem uma coisa a outra. Por isso, é importante entender bem como eles funcionam.

Já vimos diversas características dos argumentos. É preciso acrescentar mais uma: o convencimento do interlocutor, o auditório, que pode ser individual ou coletivo, será tanto mais fácil quanto mais os argumentos estiverem de acordo com suas crenças, suas expectativas, seus valores. Não se pode convencer um auditório pertencente a uma dada cultura enfatizando coisas que ele abomina. Será mais fácil convencê-lo valorizando coisas que ele considera positivas. No Brasil, a publicidade da cerveja vem com frequência associada ao futebol, ao gol, à paixão nacional. Nos Estados Unidos, essa associação certamente não surtiria efeito, porque lá o futebol não é valorizado da mesma forma que no Brasil. O poder persuasivo de um argumento está vinculado ao que é valorizado ou desvalorizado numa dada cultura.

Tipos de Argumento

Já verificamos que qualquer recurso linguístico destinado a fazer o interlocutor dar preferência à tese do enunciador é um argumento.

Argumento de Autoridade

É a citação, no texto, de afirmações de pessoas reconhecidas pelo auditório como autoridades em certo domínio do saber, para servir de apoio àquilo que o enunciador está propondo. Esse recurso produz dois efeitos distintos: revela o conhecimento do produtor do texto a respeito do assunto de que está tratando; dá ao texto a garantia do autor citado. É preciso, no entanto, não fazer do texto um amontoado de citações. A citação precisa ser pertinente e verdadeira.

Exemplo:

“A imaginação é mais importante do que o conhecimento.”

Quem disse a frase aí de cima não fui eu... Foi Einstein. Para ele, uma coisa vem antes da outra: sem imaginação, não há conhecimento. Nunca o inverso.

Alex José Periscinoto.

In: Folha de S. Paulo, 30/8/1993, p. 5-2

A tese defendida nesse texto é que a imaginação é mais importante do que o conhecimento. Para levar o auditório a aderir a ela, o enunciador cita um dos mais célebres cientistas do mundo. Se um físico de renome mundial disse isso, então as pessoas devem acreditar que é verdade.

Argumento de Quantidade

É aquele que valoriza mais o que é apreciado pelo maior número de pessoas, o que existe em maior número, o que tem maior duração, o que tem maior número de adeptos, etc. O fundamento desse tipo de argumento é que mais = melhor. A publicidade faz largo uso do argumento de quantidade.

Argumento do Consenso

É uma variante do argumento de quantidade. Fundamenta-se em afirmações que, numa determinada época, são aceitas como verdadeiras e, portanto, dispensam comprovações, a menos que o objetivo do texto seja comprovar alguma delas. Parte da ideia de que o consenso, mesmo que equivocado, corresponde ao indiscutível, ao verdadeiro e, portanto, é melhor do que aquilo que não desfruta dele. Em nossa época, são consensuais, por exemplo, as afirmações de que o meio ambiente precisa ser protegido e de que as condições de vida são piores nos países subdesenvolvidos. Ao confiar no consenso, porém, corre-se o risco de passar dos argumentos válidos para os lugares comuns, os preconceitos e as frases carentes de qualquer base científica.

Argumento de Existência

É aquele que se fundamenta no fato de que é mais fácil aceitar aquilo que comprovadamente existe do que aquilo que é apenas provável, que é apenas possível. A sabedoria popular enuncia o argumento de existência no provérbio “Mais vale um pássaro na mão do que dois voando”.

Nesse tipo de argumento, incluem-se as provas documentais (fotos, estatísticas, depoimentos, gravações, etc.) ou provas concretas, que tornam mais aceitável uma afirmação genérica. Durante a invasão do Iraque, por exemplo, os jornais diziam que o exército americano era muito mais poderoso do que o iraquiano. Essa afirmação, sem ser acompanhada de provas concretas, poderia ser vista como propagandística. No entanto, quando documentada pela comparação do número de canhões, de carros de combate, de navios, etc., ganhava credibilidade.

Argumento quase lógico

É aquele que opera com base nas relações lógicas, como causa e efeito, analogia, implicação, identidade, etc. Esses raciocínios são chamados quase lógicos porque, diversamente dos raciocínios lógicos, eles não pretendem estabelecer relações necessárias entre os elementos, mas sim instituir relações prováveis, possíveis, plausíveis. Por exemplo, quando se diz “A é igual a B”, “B é igual a C”, “então A é igual a C”, estabelece-

se uma relação de identidade lógica. Entretanto, quando se afirma “Amigo de amigo meu é meu amigo” não se institui uma identidade lógica, mas uma identidade provável.

Um texto coerente do ponto de vista lógico é mais facilmente aceito do que um texto incoerente. Vários são os defeitos que concorrem para desqualificar o texto do ponto de vista lógico: fugir do tema proposto, cair em contradição, tirar conclusões que não se fundamentam nos dados apresentados, ilustrar afirmações gerais com fatos inadequados, narrar um fato e dele extrair generalizações indevidas.

Argumento do Atributo

É aquele que considera melhor o que tem propriedades típicas daquilo que é mais valorizado socialmente, por exemplo, o mais raro é melhor que o comum, o que é mais refinado é melhor que o que é mais grosseiro, etc.

Por esse motivo, a publicidade usa, com muita frequência, celebridades recomendando prédios residenciais, produtos de beleza, alimentos estéticos, etc., com base no fato de que o consumidor tende a associar o produto anunciado com atributos da celebridade.

Uma variante do argumento de atributo é o argumento da competência linguística. A utilização da variante culta e formal da língua que o produtor do texto conhece a norma linguística socialmente mais valorizada e, por conseguinte, deve produzir um texto em que se pode confiar. Nesse sentido é que se diz que o modo de dizer dá confiabilidade ao que se diz.

Imagine-se que um médico deva falar sobre o estado de saúde de uma personalidade pública. Ele poderia fazê-lo das duas maneiras indicadas abaixo, mas a primeira seria infinitamente mais adequada para a persuasão do que a segunda, pois esta produziria certa estranheza e não criaria uma imagem de competência do médico:

- Para aumentar a confiabilidade do diagnóstico e levando em conta o caráter invasivo de alguns exames, a equipe médica houve por bem determinar o internamento do governador pelo período de três dias, a partir de hoje, 4 de fevereiro de 2001.

- Para conseguir fazer exames com mais cuidado e porque alguns deles são barrapitada, a gente botou o governador no hospital por três dias.

Como dissemos antes, todo texto tem uma função argumentativa, porque ninguém fala para não ser levado a sério, para ser ridicularizado, para ser desmentido: em todo ato de comunicação deseja-se influenciar alguém. Por mais neutro que pretenda ser, um texto tem sempre uma orientação argumentativa.

A orientação argumentativa é uma certa direção que o falante traça para seu texto. Por exemplo, um jornalista, ao falar de um homem público, pode ter a intenção de criticá-lo, de ridicularizá-lo ou, ao contrário, de mostrar sua grandeza.

O enunciador cria a orientação argumentativa de seu texto dando destaque a uns fatos e não a outros, omitindo certos episódios e revelando outros, escolhendo determinadas palavras e não outras, etc. Veja:

“O clima da festa era tão pacífico que até sogras e noras trocavam abraços afetuosos.”

O enunciador aí pretende ressaltar a ideia geral de que noras e sogras não se toleram. Não fosse assim, não teria escolhido esse fato para ilustrar o clima da festa nem teria utilizado o termo até, que serve para incluir no argumento alguma coisa inesperada.

Além dos defeitos de argumentação mencionados quando tratamos de alguns tipos de argumentação, vamos citar outros:

- Uso sem delimitação adequada de palavra de sentido tão amplo, que serve de argumento para um ponto de vista e seu contrário. São noções confusas, como paz, que, paradoxalmente, pode ser usada pelo agressor e pelo agredido. Essas palavras podem ter valor positivo (paz, justiça, honestidade, democracia) ou vir carregadas de valor negativo (autoritarismo, degradação do meio ambiente, injustiça, corrupção).

- Uso de afirmações tão amplas, que podem ser derrubadas por um único contra exemplo. Quando se diz “Todos os políticos são ladrões”, basta um único exemplo de político honesto para destruir o argumento.

- Emprego de noções científicas sem nenhum rigor, fora do contexto adequado, sem o significado apropriado, vulgarizando-as e atribuindo-lhes uma significação subjetiva e grosseira. É o caso, por exemplo, da frase “O imperialismo de certas indústrias não permite que outras cresçam”, em que o termo imperialismo é descabido, uma vez que, a rigor, significa “ação de um Estado visando a reduzir outros à sua dependência política e econômica”.

A boa argumentação é aquela que está de acordo com a situação concreta do texto, que leva em conta os componentes envolvidos na discussão (o tipo de pessoa a quem se dirige a comunicação, o assunto, etc).

Convém ainda alertar que não se convence ninguém com manifestações de sinceridade do autor (como eu, que não costumo mentir...) ou com declarações de certeza expressas em fórmulas feitas (como estou certo, creio firmemente, é claro, é óbvio, é evidente, afirmo com toda a certeza, etc). Em vez de prometer, em seu texto, sinceridade e certeza, autenticidade e verdade, o enunciador deve construir um texto que revele isso. Em outros termos, essas qualidades não se prometem, manifestam-se na ação.

A argumentação é a exploração de recursos para fazer parecer verdadeiro aquilo que se diz num texto e, com isso, levar a pessoa a que texto é endereçado a crer naquilo que ele diz.

Um texto dissertativo tem um assunto ou tema e expressa um ponto de vista, acompanhado de certa fundamentação, que inclui a argumentação, questionamento, com o objetivo de persuadir. Argumentar é o processo pelo qual se estabelecem relações para chegar à conclusão, com base em premissas. Persuadir é um processo de convencimento, por meio da argumentação, no qual procura-se convencer os outros, de modo a influenciar seu pensamento e seu comportamento.

A persuasão pode ser válida e não válida. Na persuasão válida, expõem-se com clareza os fundamentos de uma ideia ou proposição, e o interlocutor pode questionar cada passo do raciocínio empregado na argumentação. A persuasão não válida apoia-se em argumentos subjetivos, apelos subliminares, chantagens sentimentais, com o emprego de “apelações”, como a inflexão de voz, a mímica e até o choro.

Alguns autores classificam a dissertação em duas modalidades, expositiva e argumentativa. Esta, exige argumentação, razões a favor e contra uma ideia, ao passo que a outra é informativa, apresenta dados sem a intenção de convencer. Na verdade,

a escolha dos dados levantados, a maneira de expô-los no texto já revelam uma “tomada de posição”, a adoção de um ponto de vista na dissertação, ainda que sem a apresentação explícita de argumentos. Desse ponto de vista, a dissertação pode ser definida como discussão, debate, questionamento, o que implica a liberdade de pensamento, a possibilidade de discordar ou concordar parcialmente. A liberdade de questionar é fundamental, mas não é suficiente para organizar um texto dissertativo. É necessária também a exposição dos fundamentos, os motivos, os porquês da defesa de um ponto de vista.

Pode-se dizer que o homem vive em permanente atitude argumentativa. A argumentação está presente em qualquer tipo de discurso, porém, é no texto dissertativo que ela melhor se evidencia.

Para discutir um tema, para confrontar argumentos e posições, é necessária a capacidade de conhecer outros pontos de vista e seus respectivos argumentos. Uma discussão impõe, muitas vezes, a análise de argumentos opostos, antagônicos. Como sempre, essa capacidade aprende-se com a prática. Um bom exercício para aprender a argumentar e contra-argumentar consiste em desenvolver as seguintes habilidades:

- argumentação: anotar todos os argumentos a favor de uma ideia ou fato; imaginar um interlocutor que adote a posição totalmente contrária;
- contra-argumentação: imaginar um diálogo-debate e quais os argumentos que essa pessoa imaginária possivelmente apresentaria contra a argumentação proposta;
- refutação: argumentos e razões contra a argumentação oposta.

A argumentação tem a finalidade de persuadir, portanto, argumentar consiste em estabelecer relações para tirar conclusões válidas, como se procede no método dialético. O método dialético não envolve apenas questões ideológicas, geradoras de polêmicas. Trata-se de um método de investigação da realidade pelo estudo de sua ação recíproca, da contradição inerente ao fenômeno em questão e da mudança dialética que ocorre na natureza e na sociedade.

Descartes (1596-1650), filósofo e pensador francês, criou o método de raciocínio silogístico, baseado na dedução, que parte do simples para o complexo. Para ele, verdade e evidência são a mesma coisa, e pelo raciocínio torna-se possível chegar a conclusões verdadeiras, desde que o assunto seja pesquisado em partes, começando-se pelas proposições mais simples até alcançar, por meio de deduções, a conclusão final. Para a linha de raciocínio cartesiana, é fundamental determinar o problema, dividi-lo em partes, ordenar os conceitos, simplificando-os, enumerar todos os seus elementos e determinar o lugar de cada um no conjunto da dedução.

A lógica cartesiana, até os nossos dias, é fundamental para a argumentação dos trabalhos acadêmicos. Descartes propôs quatro regras básicas que constituem um conjunto de reflexos vitais, uma série de movimentos sucessivos e contínuos do espírito em busca da verdade:

- evidência;
- divisão ou análise;
- ordem ou dedução;
- enumeração.

A enumeração pode apresentar dois tipos de falhas: a omissão e a incompreensão. Qualquer erro na enumeração pode quebrar o encadeamento das ideias, indispensável para o processo dedutivo.

A forma de argumentação mais empregada na redação acadêmica é o silogismo, raciocínio baseado nas regras cartesianas, que contém três proposições: duas premissas, maior e menor, e a conclusão. As três proposições são encadeadas de tal forma, que a conclusão é deduzida da maior por intermédio da menor. A premissa maior deve ser universal, emprega todo, nenhum, pois alguns não caracteriza a universalidade.

Há dois métodos fundamentais de raciocínio: a dedução (silogística), que parte do geral para o particular, e a indução, que vai do particular para o geral. A expressão formal do método dedutivo é o silogismo. A dedução é o caminho das consequências, baseia-se em uma conexão descendente (do geral para o particular) que leva à conclusão. Segundo esse método, partindo-se de teorias gerais, de verdades universais, pode-se chegar à previsão ou determinação de fenômenos particulares. O percurso do raciocínio vai da causa para o efeito. Exemplo:

Todo homem é mortal (premissa maior = geral, universal)
Fulano é homem (premissa menor = particular)
Logo, Fulano é mortal (conclusão)

A indução percorre o caminho inverso ao da dedução, baseia-se em uma conexão ascendente, do particular para o geral. Nesse caso, as constatações particulares levam às leis gerais, ou seja, parte de fatos particulares conhecidos para os fatos gerais, desconhecidos. O percurso do raciocínio se faz do efeito para a causa. Exemplo:

O calor dilata o ferro (particular)
O calor dilata o bronze (particular)
O calor dilata o cobre (particular)
O ferro, o bronze, o cobre são metais
Logo, o calor dilata metais (geral, universal)

Quanto a seus aspectos formais, o silogismo pode ser válido e verdadeiro; a conclusão será verdadeira se as duas premissas também o forem. Se há erro ou equívoco na apreciação dos fatos, pode-se partir de premissas verdadeiras para chegar a uma conclusão falsa. Tem-se, desse modo, o sofisma. Uma definição inexata, uma divisão incompleta, a ignorância da causa, a falsa analogia são algumas causas do sofisma. O sofisma pressupõe má fé, intenção deliberada de enganar ou levar ao erro; quando o sofisma não tem essas intenções propositais, costuma-se chamar esse processo de argumentação de paralogismo. Encontra-se um exemplo simples de sofisma no seguinte diálogo:

- Você concorda que possui uma coisa que não perdeu?
- Lógico, concordo.
- Você perdeu um brilhante de 40 quilates?
- Claro que não!
- Então você possui um brilhante de 40 quilates...

Exemplos de sofismas:

Dedução

Todo professor tem um diploma (geral, universal)
Fulano tem um diploma (particular)
Logo, fulano é professor (geral – conclusão falsa)

RACIOCÍNIO LÓGICO

ESTRUTURA LÓGICA DE RELAÇÕES ENTRE PESSOAS, LUGARES, OBJETOS OU EVENTOS FICTÍCIOS. DEDUÇÃO DE NOVAS INFORMAÇÕES DAS RELAÇÕES FORNECIDAS E AVALIAÇÃO DAS CONDIÇÕES USADAS PARA ESTABELECEM A ESTRUTURA DAQUELAS RELAÇÕES

A habilidade de discernir e construir relações lógicas entre entidades diversas é uma competência fundamental no pensamento analítico. Ela permite que um indivíduo percorra informações e estabeleça conexões significativas, mesmo quando os elementos envolvidos são abstratos ou hipotéticos. Ao explorar este domínio, desenvolve-se a capacidade de extrair conclusões válidas e verificar a solidez das premissas subjacentes. Tal habilidade é crucial para a resolução de problemas complexos e para a tomada de decisões informadas em uma variedade de contextos.

ESTRUTURAS LÓGICAS

Antes de tudo, é essencial compreender o conceito de proposições. Uma proposição é definida como uma sentença declarativa à qual podemos atribuir um único valor lógico: verdadeiro ou falso, nunca ambos. Em outras palavras, trata-se de uma sentença que pode ser considerada fechada.

Existem diferentes tipos de proposições, sendo as principais:

– **Sentenças abertas:** são sentenças para as quais não é possível atribuir um valor lógico verdadeiro ou falso, e, portanto, não são consideradas frases lógicas.

Exemplos incluem:

Frases interrogativas: “Quando será a prova?”, “Estudou ontem?”, “Fez sol ontem?”.

Frases exclamativas: “Gol!”, “Que maravilhoso!”.

Frases imperativas: “Estude e leia com atenção.”, “Desligue a televisão.”.

Frases sem sentido lógico (expressões vagas, paradoxais, ambíguas, etc.): “Esta frase é falsa.” (expressão paradoxal), “O cachorro do meu vizinho morreu.” (expressão ambígua), “ $2 + 5 + 1$ ”.

– **Sentença fechada:** Uma sentença lógica é aquela que admite um ÚNICO valor lógico, seja ele verdadeiro ou falso.

Proposições simples e compostas

Proposições simples, também conhecidas como atômicas, são aquelas que NÃO contêm nenhuma outra proposição como parte integrante de si mesma. Elas são designadas pelas letras latinas minúsculas p, q, r, s..., sendo chamadas de letras proposicionais.

Por outro lado, proposições compostas, também conhecidas como moleculares ou estruturas lógicas, são formadas pela combinação de duas ou mais proposições simples. Elas são designadas pelas letras latinas maiúsculas P, Q, R, S..., também chamadas de letras proposicionais.

É importante ressaltar que TODAS as proposições compostas são formadas por duas ou mais proposições simples.

Proposições Compostas – Conectivos

As proposições compostas são constituídas por proposições simples conectadas por conectivos, os quais determinam seu valor lógico. Isso pode ser observado na tabela a seguir:

Operação	Conectivo	Estrutura Lógica	Tabela verdade															
Negação	\sim	Não p	<table border="1"> <tr> <td>p</td> <td>$\sim p$</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>F</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>V</td> </tr> </table>	p	$\sim p$	V	F	F	V									
p	$\sim p$																	
V	F																	
F	V																	
Conjunção	\wedge	p e q	<table border="1"> <tr> <td>p</td> <td>q</td> <td>$p \wedge q$</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>F</td> <td>F</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>V</td> <td>F</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>F</td> <td>F</td> </tr> </table>	p	q	$p \wedge q$	V	V	V	V	F	F	F	V	F	F	F	F
p	q	$p \wedge q$																
V	V	V																
V	F	F																
F	V	F																
F	F	F																
Disjunção Inclusiva	\vee	p ou q	<table border="1"> <tr> <td>p</td> <td>q</td> <td>$p \vee q$</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>F</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>F</td> <td>F</td> </tr> </table>	p	q	$p \vee q$	V	V	V	V	F	V	F	V	V	F	F	F
p	q	$p \vee q$																
V	V	V																
V	F	V																
F	V	V																
F	F	F																
Disjunção Exclusiva	$\underline{\vee}$	Ou p ou q	<table border="1"> <tr> <td>p</td> <td>q</td> <td>$p \underline{\vee} q$</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>V</td> <td>F</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>F</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>F</td> <td>F</td> </tr> </table>	p	q	$p \underline{\vee} q$	V	V	F	V	F	V	F	V	V	F	F	F
p	q	$p \underline{\vee} q$																
V	V	F																
V	F	V																
F	V	V																
F	F	F																
Condicional	\rightarrow	Se p então q	<table border="1"> <tr> <td>p</td> <td>q</td> <td>$p \rightarrow q$</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>V</td> <td>F</td> <td>F</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>V</td> <td>V</td> </tr> <tr> <td>F</td> <td>F</td> <td>V</td> </tr> </table>	p	q	$p \rightarrow q$	V	V	V	V	F	F	F	V	V	F	F	V
p	q	$p \rightarrow q$																
V	V	V																
V	F	F																
F	V	V																
F	F	V																

Bicondicio- nal	\leftrightarrow	p se e so- mente se q	p	q	$p \leftrightarrow q$
			V	V	V
			V	F	F
			F	V	F
			F	F	V

Em resumo, a tabela verdade das proposições simplifica a resolução de várias questões.

P	Q	$P \wedge Q$	$P \vee Q$	$P \underline{\vee} Q$	$P \rightarrow Q$	$P \leftrightarrow Q$
V	V	V	V	F	V	V
V	F	F	V	V	F	F
F	V	F	V	V	V	F
F	F	F	F	F	V	V

IMPLICAÇÃO LÓGICA

A proposição $P(p,q,r,\dots)$ implica logicamente a proposição $Q(p,q,r,\dots)$ quando Q é verdadeira todas as vezes que P é verdadeira. Representamos a implicação com o símbolo " \Rightarrow ", simbolicamente temos:

$$P(p,q,r,\dots) \Rightarrow Q(p,q,r,\dots).$$

ATENÇÃO: Os símbolos " \rightarrow " e " \Rightarrow " são completamente distintos. O primeiro (" \rightarrow ") representa a condicional, que é um conectivo. O segundo (" \Rightarrow ") representa a relação de implicação lógica que pode ou não existir entre duas proposições.

Exemplo:

p	q	$p \wedge q$	$p \vee q$	$p \leftrightarrow q$
V	V	V	V	V
V	F	F	V	F
F	V	F	V	F
F	F	F	F	V

Obtém-se:

$$p \wedge q \Rightarrow p \vee q$$

$$p \wedge q \Rightarrow p \leftrightarrow q$$

Observe:

- Toda proposição implica uma Tautologia:

p	$p \vee \sim p$
V	V
F	V

$$p \Rightarrow p \vee \sim p$$

- Somente uma contradição implica uma contradição:

p	$\sim p$	$p \wedge \sim p$	$p \vee \sim p \rightarrow p \wedge \sim p$
V	F	F	F
F	V	F	F

$$p \wedge \sim p \Rightarrow p \vee \sim p \rightarrow p \wedge \sim p$$

Propriedades

• Reflexiva:

- $P(p,q,r,\dots) \Rightarrow P(p,q,r,\dots)$
- Uma proposição complexa implica ela mesma.

• Transitiva:

- Se $P(p,q,r,\dots) \Rightarrow Q(p,q,r,\dots)$ e $Q(p,q,r,\dots) \Rightarrow R(p,q,r,\dots)$, então $P(p,q,r,\dots) \Rightarrow R(p,q,r,\dots)$
- Se $P \Rightarrow Q$ e $Q \Rightarrow R$, então $P \Rightarrow R$

Regras de Inferência

• **Inferência** é o ato ou processo de derivar conclusões lógicas de proposições conhecidas ou decididamente verdadeiras. Em outras palavras: é a obtenção de novas proposições a partir de proposições verdadeiras já existentes.

Regras de Inferência obtidas da implicação lógica

- Adição:

$$p \Rightarrow p \vee q \quad e \quad q \Rightarrow p \vee q$$

- Simplificação:

$$p \wedge q \Rightarrow q \quad e \quad p \wedge q \Rightarrow p.$$

p	q	$p \wedge q$	$p \vee q$	$p \leftrightarrow q$
V	V	V	V	V
V	F	F	V	F
F	V	F	V	F
F	F	F	F	V

• Silogismo Disjuntivo

$$(p \vee q) \wedge \sim p \Rightarrow q$$

$$(p \vee q) \wedge \sim q \Rightarrow p$$

p	q	$p \vee q$	$\sim p$	$(p \vee q) \vee \sim p$
V	V	V	F	F
V	F	V	F	F
F	V	V	V	V
F	F	F	V	F

$$\frac{(p \vee q), \sim p}{q} \quad \frac{(p \vee q), \sim q}{p}$$

• Modus Ponens

$$(p \rightarrow q) \wedge p \Rightarrow q$$

$$\frac{(p \rightarrow q), p}{q}$$

p	q	$p \rightarrow q$	$(p \rightarrow q) \wedge p$
V	V	V	V
V	F	F	F
F	V	V	F
F	F	V	F

• Modus Tollens

$$(p \rightarrow q) \wedge \sim q \Rightarrow \sim p$$

$$\frac{(p \rightarrow q), \sim q}{\sim p}$$

p	q	$p \rightarrow q$	$\sim q$	$(p \rightarrow q) \wedge \sim q$	$\sim p$
V	V	V	F	F	F
V	F	F	V	F	F
F	V	V	F	F	V
F	F	V	V	V	V



Tautologias e Implicação Lógica

• **Teorema**

$P(p,q,r,..) \Rightarrow Q(p,q,r,..)$ se e somente se $P(p,q,r,..) \rightarrow Q(p,q,r,..)$

p	q	$(p \rightarrow q) \wedge p$	$((p \rightarrow q) \wedge p) \rightarrow q$
V	V	V	V
V	F	F	V
F	V	F	V
F	F	F	V

$(p \rightarrow q) \wedge p \Rightarrow q$ e $((p \rightarrow q) \wedge p) \rightarrow q$

Observe que:

\rightarrow indica uma operação lógica entre as proposições. Ex.: das proposições p e q, dá-se a nova proposição $p \rightarrow q$.

\Rightarrow indica uma relação. Ex.: estabelece que a condicional $P \rightarrow Q$ é tautológica.

Inferências

• **Regra do Silogismo Hipotético**

$(p \rightarrow q) \wedge (q \rightarrow r) \Rightarrow p \rightarrow r$

$p \rightarrow q, q \rightarrow r$
$p \rightarrow r$

Princípio da inconsistência

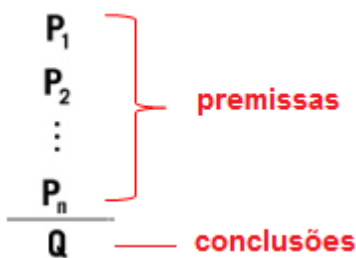
– Como “ $p \wedge \sim p \rightarrow q$ ” é tautológica, subsiste a implicação lógica $p \wedge \sim p \Rightarrow q$

– Assim, de uma contradição $p \wedge \sim p$ se deduz qualquer proposição q.

A proposição “ $(p \leftrightarrow q) \wedge p$ ” implica a proposição “q”, pois a condicional “ $(p \leftrightarrow q) \wedge p \rightarrow q$ ” é tautológica.

LÓGICA DE ARGUMENTAÇÃO

Chama-se **argumento** a afirmação de que um grupo de proposições iniciais redundam em outra proposição final, que será consequência das primeiras. Ou seja, argumento é a relação que associa um conjunto de proposições P_1, P_2, \dots, P_n , chamadas premissas do argumento, a uma proposição Q, chamada de conclusão do argumento.



Exemplo:

P1: Todos os cientistas são loucos.

P2: Martiniano é louco.

Q: Martiniano é um cientista.

O exemplo dado pode ser chamado de **Silogismo** (argumento formado por duas premissas e a conclusão).

A respeito dos argumentos lógicos, estamos interessados em verificar se eles são válidos ou inválidos! Então, passemos a entender o que significa um argumento válido e um argumento inválido.

Argumentos Válidos

Dizemos que um argumento é válido (ou ainda legítimo ou bem construído), quando a sua conclusão é uma consequência obrigatória do seu conjunto de premissas.

Exemplo:

O silogismo...

P1: Todos os homens são pássaros.

P2: Nenhum pássaro é animal.

Q: Portanto, nenhum homem é animal.

... está perfeitamente bem construído, sendo, portanto, um argumento válido, muito embora a veracidade das premissas e da conclusão sejam totalmente questionáveis.

ATENÇÃO: O que vale é a CONSTRUÇÃO, E NÃO O SEU CONTEÚDO! Se a construção está perfeita, então o argumento é válido, independentemente do conteúdo das premissas ou da conclusão!

• **Como saber se um determinado argumento é mesmo válido?**

Para se comprovar a validade de um argumento é utilizando diagramas de conjuntos (diagramas de Venn). Trata-se de um método muito útil e que será usado com frequência em questões que pedem a verificação da validade de um argumento. Vejamos como funciona, usando o exemplo acima. Quando se afirma, na premissa P1, que “todos os homens são pássaros”, poderemos representar essa frase da seguinte maneira:



Observem que todos os elementos do conjunto menor (homens) estão incluídos, ou seja, pertencem ao conjunto maior (dos pássaros). E será sempre essa a representação gráfica da

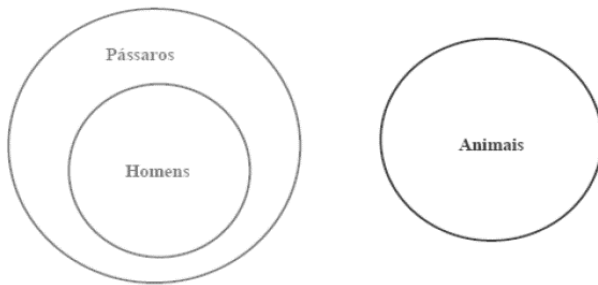
frase “Todo A é B”. Dois círculos, um dentro do outro, estando o círculo menor a representar o grupo de quem se segue à palavra TODO.

Na frase: “Nenhum pássaro é animal”. Observemos que a palavra-chave desta sentença é NENHUM. E a ideia que ela exprime é de uma total dissociação entre os dois conjuntos.



Será sempre assim a representação gráfica de uma sentença “Nenhum A é B”: dois conjuntos separados, sem nenhum ponto em comum.

Tomemos agora as representações gráficas das duas premissas vistas acima e as analisemos em conjunto. Teremos:



Comparando a conclusão do nosso argumento, temos:

NENHUM homem é animal – com o desenho das premissas será que podemos dizer que esta conclusão é uma consequência necessária das premissas? Claro que sim! Observemos que o conjunto dos homens está totalmente separado (total dissociação!) do conjunto dos animais. Resultado: este é um argumento válido!

Argumentos Inválidos

Dizemos que um argumento é inválido – também denominado ilegítimo, mal construído, falacioso ou sofisma – quando a verdade das premissas não é suficiente para garantir a verdade da conclusão.

Exemplo:

- P1: Todas as crianças gostam de chocolate.
- P2: Patrícia não é criança.
- Q: Portanto, Patrícia não gosta de chocolate.

Este é um argumento inválido, falacioso, mal construído, pois as premissas não garantem (não obrigam) a verdade da conclusão. Patrícia pode gostar de chocolate mesmo que não seja criança, pois a primeira premissa não afirmou que somente as crianças gostam de chocolate.

Utilizando os diagramas de conjuntos para provar a validade do argumento anterior, provaremos, utilizando-nos do mesmo artifício, que o argumento em análise é inválido. Começemos pela primeira premissa: “Todas as crianças gostam de chocolate”.



Analisemos agora o que diz a segunda premissa: “Patrícia não é criança”. O que temos que fazer aqui é pegar o diagrama acima (da primeira premissa) e nele indicar onde poderá estar localizada a Patrícia, obedecendo ao que consta nesta segunda premissa. Vemos facilmente que a Patrícia só não poderá estar dentro do círculo das crianças. É a única restrição que faz a segunda premissa! Isto posto, concluímos que Patrícia poderá estar em dois lugares distintos do diagrama:

- 1º) Fora do conjunto maior;
- 2º) Dentro do conjunto maior. Vejamos:



Finalmente, passemos à análise da conclusão: “Patrícia não gosta de chocolate”. Ora, o que nos resta para sabermos se este argumento é válido ou não, é justamente confirmar se esse resultado (se esta conclusão) é necessariamente verdadeiro!

- É necessariamente verdadeiro que Patrícia não gosta de chocolate? Olhando para o desenho acima, respondemos que não! Pode ser que ela não goste de chocolate (caso esteja fora do círculo), mas também pode ser que goste (caso esteja dentro do círculo)! Enfim, o argumento é inválido, pois as premissas não garantiram a veracidade da conclusão!

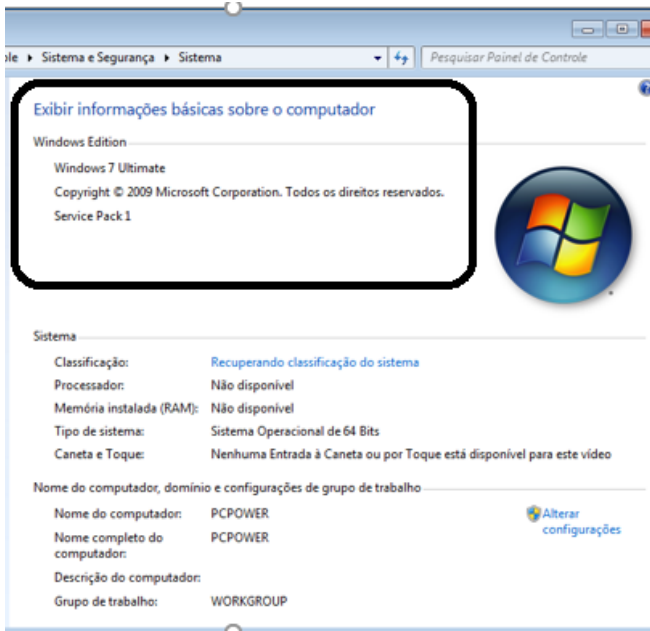
Métodos para validação de um argumento

Aprenderemos a seguir alguns diferentes métodos que nos possibilitarão afirmar se um argumento é válido ou não!

1º) Utilizando diagramas de conjuntos: esta forma é indicada quando nas premissas do argumento aparecem as palavras TODO, ALGUM E NENHUM, ou os seus sinônimos: cada, existe um etc.

NOÇÕES DE INFORMÁTICA

CONHECIMENTOS BÁSICOS DE SISTEMAS OPERACIONAIS: WINDOWS 7, WINDOWS 10 (32-64 BITS) E AMBIENTE LINUX (DEBIAN)

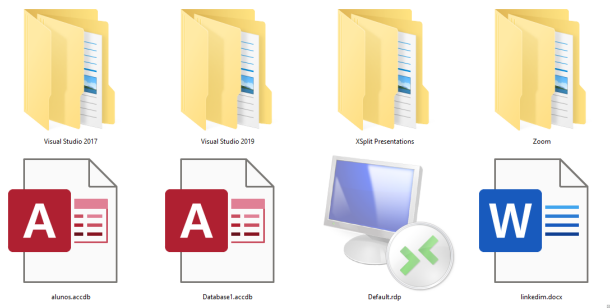


Conceito de pastas e diretórios

Pasta algumas vezes é chamada de diretório, mas o nome “pasta” ilustra melhor o conceito. Pastas servem para organizar, armazenar e organizar os arquivos. Estes arquivos podem ser documentos de forma geral (textos, fotos, vídeos, aplicativos diversos).

Lembrando sempre que o Windows possui uma pasta com o nome do usuário onde são armazenados dados pessoais.

Dentro deste contexto temos uma hierarquia de pastas.



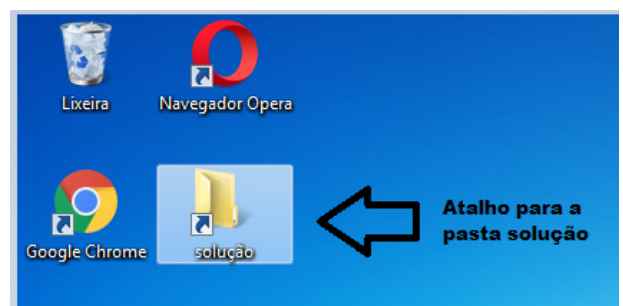
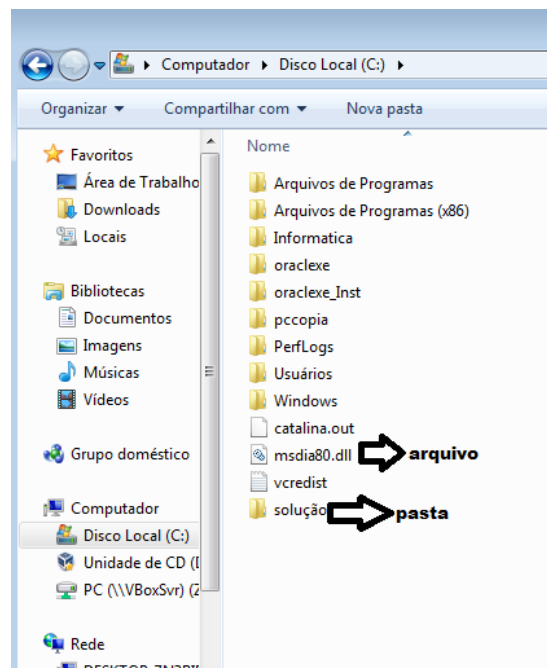
No caso da figura acima, temos quatro pastas e quatro arquivos.

Arquivos e atalhos

Como vimos anteriormente: pastas servem para organização, vimos que uma pasta pode conter outras pastas, arquivos e atalhos.

• **Arquivo** é um item único que contém um determinado dado. Estes arquivos podem ser documentos de forma geral (textos, fotos, vídeos e etc.), aplicativos diversos, etc.

• **Atalho** é um item que permite fácil acesso a uma determinada pasta ou arquivo propriamente dito.



Área de trabalho do Windows 7



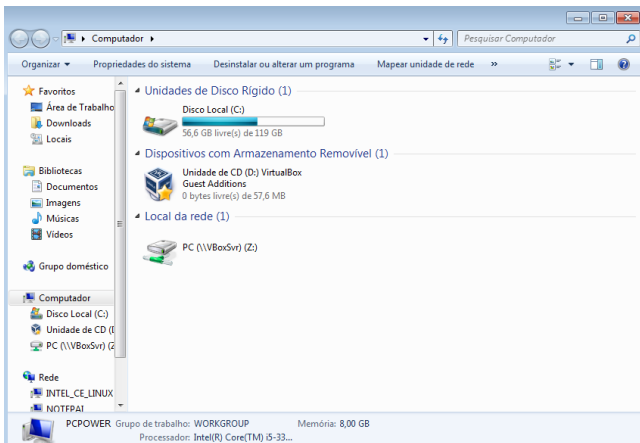
Área de transferência

A área de transferência é muito importante e funciona em segundo plano. Ela funciona de forma temporária guardando vários tipos de itens, tais como arquivos, informações etc.

- Quando executamos comandos como “Copiar” ou “Ctrl + C”, estamos copiando dados para esta área intermediária.
- Quando executamos comandos como “Colar” ou “Ctrl + V”, estamos colando, isto é, estamos pegando o que está gravado na área de transferência.

Manipulação de arquivos e pastas

A caminho mais rápido para acessar e manipular arquivos e pastas e outros objetos é através do “Meu Computador”. Podemos executar tarefas tais como: copiar, colar, mover arquivos, criar pastas, criar atalhos etc.



Uso dos menus



Programas e aplicativos

- Media Player
- Media Center
- Limpeza de disco
- Desfragmentador de disco
- Os jogos do Windows.
- Ferramenta de captura
- Backup e Restore

Interação com o conjunto de aplicativos

Vamos separar esta interação do usuário por categoria para entendermos melhor as funções categorizadas.

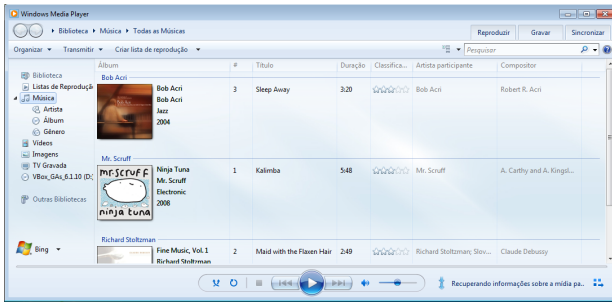
Facilidades



O Windows possui um recurso muito interessante que é o Capturador de Tela, simplesmente podemos, com o mouse, recortar a parte desejada e colar em outro lugar.

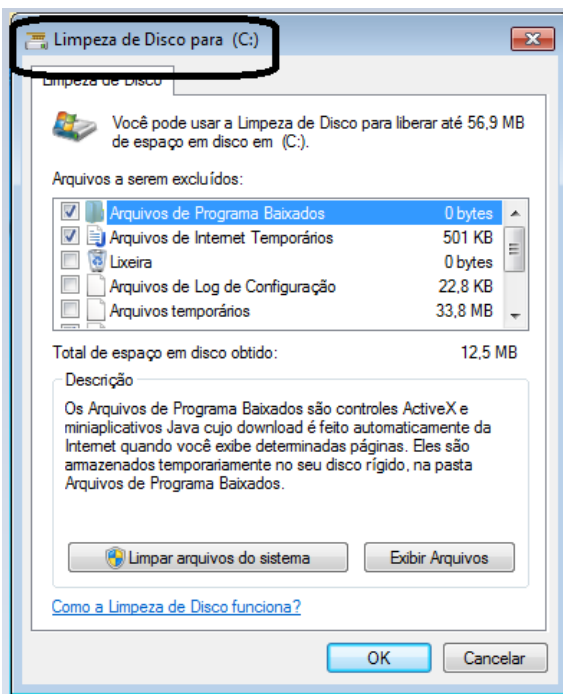
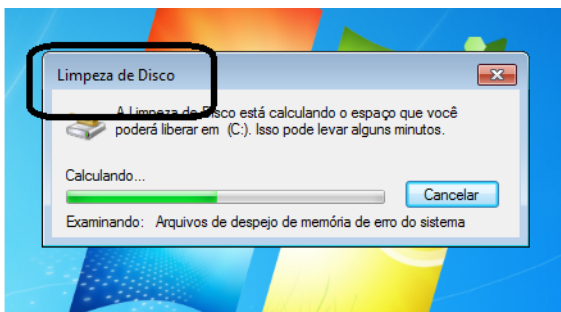
Música e Vídeo

Temos o Media Player como player nativo para ouvir músicas e assistir vídeos. O Windows Media Player é uma excelente experiência de entretenimento, nele pode-se administrar bibliotecas de música, fotografia, vídeos no seu computador, copiar CDs, criar playlists e etc., isso também é válido para o media center.

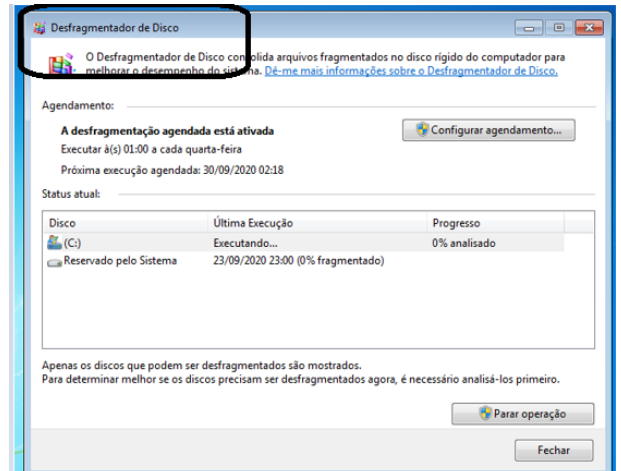


Ferramentas do sistema

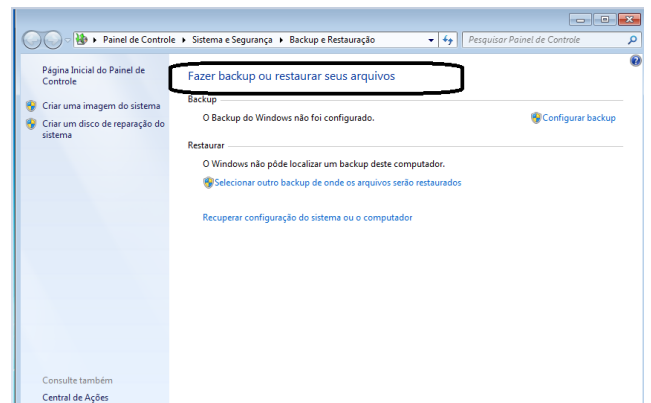
• **A limpeza de disco** é uma ferramenta importante, pois o próprio Windows sugere arquivos inúteis e podemos simplesmente confirmar sua exclusão.



• **O desfragmentador de disco** é uma ferramenta muito importante, pois conforme vamos utilizando o computador os arquivos ficam internamente desorganizados, isto faz que o computador fique lento. Utilizando o desfragmentador o Windows se reorganiza internamente tornando o computador mais rápido e fazendo com que o Windows acesse os arquivos com maior rapidez.



• **O recurso de backup e restauração do Windows** é muito importante pois pode ajudar na recuperação do sistema, ou até mesmo escolher seus arquivos para serem salvos, tendo assim uma cópia de segurança.

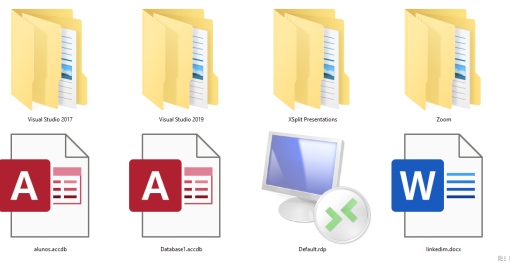


Conceito de pastas e diretórios

Pasta algumas vezes é chamada de diretório, mas o nome “pasta” ilustra melhor o conceito. Pastas servem para organizar, armazenar e organizar os arquivos. Estes arquivos podem ser documentos de forma geral (textos, fotos, vídeos, aplicativos diversos).

Lembrando sempre que o Windows possui uma pasta com o nome do usuário onde são armazenados dados pessoais.

Dentro deste contexto temos uma hierarquia de pastas.

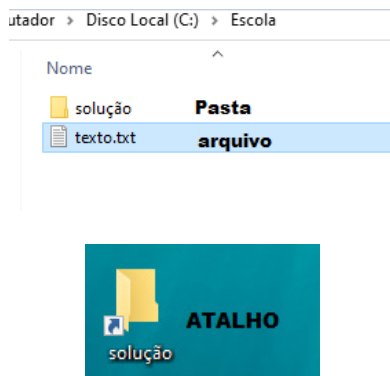


No caso da figura acima temos quatro pastas e quatro arquivos.

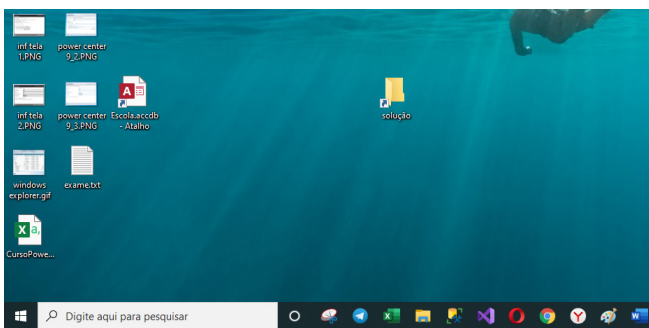
Arquivos e atalhos

Como vimos anteriormente: pastas servem para organização, vimos que uma pasta pode conter outras pastas, arquivos e atalhos.

- **Arquivo** é um item único que contém um determinado dado. Estes arquivos podem ser documentos de forma geral (textos, fotos, vídeos e etc..), aplicativos diversos, etc.
- **Atalho** é um item que permite fácil acesso a uma determinada pasta ou arquivo propriamente dito.



Área de trabalho



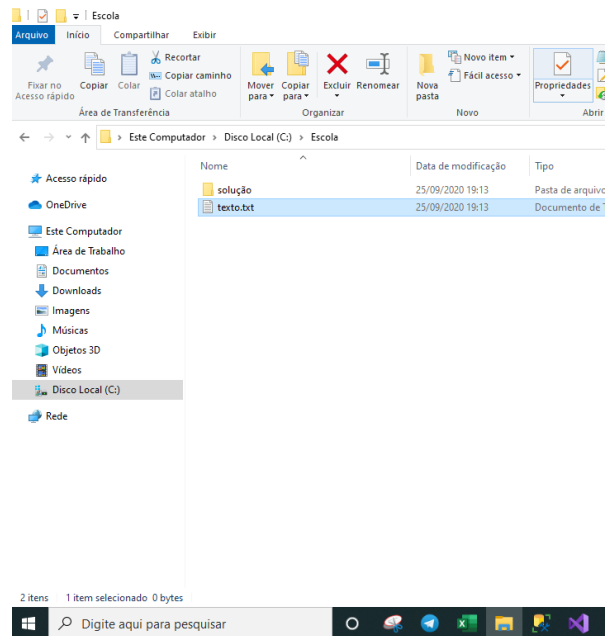
Área de transferência

A área de transferência é muito importante e funciona em segundo plano. Ela funciona de forma temporária guardando vários tipos de itens, tais como arquivos, informações etc.

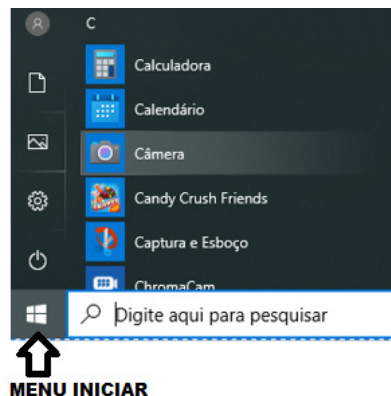
- Quando executamos comandos como “Copiar” ou “Ctrl + C”, estamos copiando dados para esta área intermediária.
- Quando executamos comandos como “Colar” ou “Ctrl + V”, estamos colando, isto é, estamos pegando o que está gravado na área de transferência.

Manipulação de arquivos e pastas

A caminho mais rápido para acessar e manipular arquivos e pastas e outros objetos é através do “Meu Computador”. Podemos executar tarefas tais como: copiar, colar, mover arquivos, criar pastas, criar atalhos etc.



Uso dos menus



Programas e aplicativos e interação com o usuário

Vamos separar esta interação do usuário por categoria para entendermos melhor as funções categorizadas.

COMPLIANCE E GOVERNANÇA CORPORATIVA

NOÇÕES DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

A governança corporativa pode ser compreendida como o conjunto de processos, normas e políticas que definem como uma organização é gerida e controlada. Este conceito se tornou essencial para empresas e instituições públicas e privadas, uma vez que promove a transparência, a integridade, e o equilíbrio de interesses entre gestores, acionistas, e outras partes interessadas (stakeholders). No Brasil, a governança corporativa ganhou destaque com a implementação das Normas de Boa Governança, incentivada pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e pela criação do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

O objetivo central da governança corporativa é assegurar que as ações dos gestores estejam alinhadas com os interesses de todos os stakeholders. Isso é particularmente importante no contexto de uma economia globalizada, onde os riscos de conflitos de interesse e de gestão inadequada podem prejudicar a reputação e a viabilidade das organizações. Além disso, ela estabelece mecanismos para o cumprimento de legislações, normas internas e políticas de responsabilidade social, buscando o desenvolvimento sustentável e o respeito às leis.

Para empresas públicas, a governança corporativa também assume papel crucial no controle do uso de recursos públicos e na promoção da eficiência administrativa. Em resumo, a governança corporativa estabelece um sistema de controles internos e externos que assegura a responsabilidade, transparência e justiça nas relações corporativas.

Princípios Fundamentais da Governança Corporativa

A governança corporativa é baseada em quatro princípios fundamentais, que orientam as boas práticas e fortalecem a confiança entre acionistas, investidores e a sociedade em geral. Esses princípios são:

- **Transparência:** Esse princípio exige que as informações sobre a empresa, incluindo seu desempenho financeiro, estratégias, e práticas de governança, sejam disponibilizadas de maneira acessível e objetiva. A transparência permite que os stakeholders façam julgamentos informados sobre o futuro da empresa, reduzindo as incertezas e aumentando a confiança.

- **Equidade:** A equidade trata do tratamento justo e igualitário de todos os acionistas e stakeholders. Isso inclui a garantia de direitos iguais entre acionistas minoritários e majoritários, e a prevenção de práticas discriminatórias. A empresa deve assegurar que todos os envolvidos recebam informações justas, evitando privilégios que favoreçam apenas alguns indivíduos ou grupos.

- **Prestação de Contas (Accountability):** Esse princípio implica que gestores, diretores e membros do conselho de administração prestem contas de suas ações e decisões, assumindo a responsabilidade por seus atos. A prestação de contas visa evitar abusos de poder e a realização de atividades que possam comprometer a reputação e os ativos da organização.

- **Responsabilidade Corporativa:** O último princípio foca na responsabilidade das empresas para com a sociedade e o meio ambiente, promovendo a sustentabilidade. A governança corporativa vai além da busca pelo lucro e incentiva as organizações a respeitarem os direitos humanos, ambientais e sociais em suas operações.

Esses princípios formam a base sobre a qual as práticas de governança corporativa se desenvolvem, garantindo um ambiente corporativo mais ético, justo e sustentável.

Estrutura de Governança Corporativa

A governança corporativa é sustentada por uma estrutura organizacional bem definida, que envolve órgãos responsáveis pela tomada de decisão e pelo controle interno. Essa estrutura é composta por três pilares principais:

- **Assembleia de Acionistas:** É o órgão máximo de uma empresa, onde os acionistas se reúnem para tomar decisões sobre assuntos estratégicos, como a eleição de membros do conselho de administração, a aprovação das demonstrações financeiras, e a definição da política de dividendos.

- **Conselho de Administração:** Responsável por supervisionar a gestão executiva, o conselho de administração define as diretrizes estratégicas da empresa e garante que elas sejam seguidas pela diretoria. Ele atua como intermediário entre os acionistas e os executivos, prevenindo conflitos de interesse e promovendo a transparência.

- **Diretoria Executiva:** É o órgão encarregado de implementar as decisões estratégicas do conselho e gerenciar as operações diárias da empresa. A diretoria responde pela execução dos planos de negócio, reportando-se periodicamente ao conselho sobre o andamento das atividades.

Além desses órgãos, outras instâncias, como o Conselho Fiscal e as auditorias internas e externas, desempenham papéis essenciais na supervisão e controle. Esses mecanismos reduzem os riscos de fraudes e garantem a conformidade com as normas e leis.

Mecanismos de Governança Corporativa

Os mecanismos de governança corporativa são ferramentas que garantem o alinhamento entre os interesses da empresa e os de seus stakeholders. Os principais mecanismos são:

- **Estrutura de Propriedade e Controle:** Define a distribuição de poder entre acionistas, conselheiros e gestores. Empresas com uma estrutura de governança sólida tendem a evitar que grandes acionistas dominem decisões em benefício próprio.

- **Auditoria Interna e Externa:** A auditoria é um dos principais instrumentos de controle e garante que a empresa está em conformidade com normas financeiras e operacionais. A auditoria externa, em especial, é um órgão independente que atesta a veracidade dos relatórios financeiros.

- **Sistemas de Avaliação de Desempenho e Incentivos:** Ao alinhar os incentivos dos executivos com os objetivos da organização, o sistema de avaliação de desempenho evita que os gestores tomem decisões de curto prazo prejudiciais ao desenvolvimento sustentável da empresa.

- **Gestão de Riscos e Controle Interno:** Esses mecanismos identificam e mitigam riscos financeiros, operacionais, e estratégicos, mantendo a estabilidade da organização.

Esses mecanismos asseguram que as decisões sejam tomadas de forma imparcial e com responsabilidade, preservando a integridade e sustentabilidade da organização.

Governança Corporativa em Empresas Públicas e Privadas

Embora a governança corporativa seja aplicável a qualquer tipo de empresa, existem diferenças importantes entre empresas públicas e privadas. Empresas públicas, como estatais, têm obrigações adicionais de transparência e accountability, devido à responsabilidade pelo uso de recursos públicos.

No setor privado, a governança corporativa é adotada principalmente para aumentar a confiança dos investidores e reduzir o custo de capital. No setor público, ela é essencial para a eficiência da gestão, combatendo desvios e promovendo o uso adequado dos recursos.

O desafio nas empresas públicas é a politização de cargos de liderança e a pressão por resultados imediatos. A governança corporativa, nesses casos, ajuda a equilibrar interesses e a implementar políticas de longo prazo.

Benefícios e Desafios da Governança Corporativa

A implementação da governança corporativa gera inúmeros benefícios, como:

- Melhoria na confiança dos investidores: Ao promover a transparência, a governança atrai investimentos.
- Otimização de recursos: Empresas que seguem boas práticas de governança tendem a ser mais eficientes e rentáveis.
- Sustentabilidade: Empresas bem governadas são mais sustentáveis e menos suscetíveis a escândalos.

Por outro lado, a governança corporativa enfrenta desafios, como:

- Conflitos de interesse: A dificuldade em alinhar os interesses dos gestores e dos acionistas pode resultar em conflitos.
- Custos de implementação: A governança envolve custos com auditorias, conselhos, e sistemas de controle.
- Resistência à mudança: Implementar uma cultura de governança sólida exige tempo e comprometimento, o que pode enfrentar resistência em organizações já estabelecidas.

Em casos de falhas de governança, como no escândalo da Enron, as consequências podem ser desastrosas, afetando a confiança dos investidores e a sustentabilidade da empresa.

Conclusão

A governança corporativa é essencial para o funcionamento saudável de uma organização, fortalecendo a confiança entre todos os stakeholders. Aplicar seus princípios e mecanismos contribui para a criação de valor sustentável, resguardando a empresa de riscos e fortalecendo sua posição no mercado. Para as empresas públicas, representa uma salvaguarda do uso responsável dos recursos, enquanto no setor privado, impulsiona o crescimento e a longevidade.

GESTÃO DE RISCOS

Risco é o efeito da incerteza sobre objetivos estabelecidos. É a possibilidade de ocorrência de eventos que afetem a realização ou alcance dos objetivos, combinada com o impacto dessa ocorrência sobre os resultados pretendidos¹.

Os riscos existem independentemente da atenção que damos a eles. Seja na nossa vida cotidiana, seja no mundo corporativo, estamos imersos em ambiente repleto de riscos, oportunidades e ameaças que, se não gerenciados, podem comprometer o alcance de objetivos almejados.

A cada tomada de decisão, a cada movimento que executamos, ou deixamos de executar, alteramos a probabilidade de ocorrência de eventos futuros e, por conseguinte, ampliamos ou reduzimos o nível de riscos a que estamos expostos.

Na vida, existem pessoas com maior apetite a riscos, que se dispõem a aceitar maiores níveis de risco por avaliarem que os impactos positivos superam os negativos. No extremo oposto, há pessoas que não se sentem confortáveis com possíveis efeitos da incerteza sobre seus objetivos.

Desse modo, diante de um mesmo risco pessoas podem ter reações diferentes, a depender de sua maturidade e experiências pregressas, de sua capacidade de evitar, mitigar ou potencializar sua ocorrência, bem como de reduzir ou tolerar seu impacto. Em geral, à medida que amadurecemos tomamos maior consciência do ambiente em que estamos inseridos, ficamos mais hábeis na identificação de vulnerabilidades (falhas ou fraquezas), mais aptos a identificar ameaças e oportunidades e, portanto, mais prontos a identificar eventos que podem impactar o alcance de nossos objetivos.

Ao analisarmos o ambiente em que estamos inseridos, e tendo em vista os objetivos estabelecidos, podemos decidir acerca de quais medidas ou controles internos podem ser adotados para tratar os potenciais riscos de sorte a mantê-los em níveis compatíveis com nosso apetite (aceitação) e tolerância (resiliência).

Considerando que não existe risco zero, é bom lembrar que restam, ao final da adoção das medidas mitigadoras, riscos residuais que precisam ser monitorados e mantidos dentro de limites compatíveis com os critérios de risco estabelecidos.

Roteiro básico para gestão de riscos

Cientes destes conceitos iniciais, refletiremos acerca de um empreendimento no qual esteja envolvido e a responder às seguintes questões:

1. *Que empreendimento você deseja proteger ou ver bem-sucedido? Pode ser um projeto, um processo, um departamento, uma organização, uma política.*
2. *Quais são os objetivos desse empreendimento?*
3. *Que fatores (fraquezas, ameaças, erros, falhas...) podem afetar o alcance desses objetivos?*
4. *Que riscos podem se originar da ocorrência desses fatores?*
5. *Qual seria a probabilidade e o impacto da ocorrência de cada um desses riscos se nada tivesse sido feito para mitigá-los até o momento? Calcule o nível de risco inerente (probabilidade inicial x impacto inicial).*
6. *Qual é o seu apetite e a sua tolerância a risco? Qual nível de risco você considera aceitável?*
7. *Quais medidas mitigadoras já foram adotadas e que controles internos já estão implantados? Qual a eficácia dessas medidas e controles? Algum deles pode ser eliminado?*
8. *Que outras medidas mitigadoras e controles internos podem ser adotados para adequar o nível de risco ao apetite e à tolerância a risco?*
9. *Qual é a probabilidade e o impacto esperado da ocorrência desses riscos após a avaliação de eficácia e adequação das medidas mitigadoras e controles internos? Calcule o nível de risco residual (nível de risco inerente x risco de controle).*
10. *Com que frequência esses riscos devem ser monitorados?*
11. *Quem são os responsáveis por monitorar os riscos? Quem deve ser comunicado acerca desses? Com que frequência isso deve ser feito e por quais mecanismos?*

Note que as questões supracitadas explicitam uma das possíveis formas de se gerenciar riscos. A literatura é rica em modelos, técnicas, ferramentas e estudos que podem, a depender da necessidade, produzir análises mais simples ou robustas, mais genéricas ou específicas, mais gerais ou precisas. Cabe a cada pessoa e organização, à luz do seu contexto, escolher os modelos e instrumentos que melhor se adequem à sua necessidade.

Gestão de riscos

Gestão de riscos consiste em um conjunto de atividades coordenadas para identificar, analisar, avaliar, tratar e monitorar riscos. É o processo que visa conferir razoável segurança quanto ao alcance dos objetivos.

Para lidar com riscos e aumentar a chance de alcançar objetivos, as organizações adotam desde abordagens informais até abordagens altamente estruturadas e sistematizadas de gestão de riscos, dependendo de seu porte e da complexidade de suas operações.

¹ Brasil. Tribunal de Contas da União. Referencial básico de gestão de riscos / Tribunal de Contas da União. – Brasília: TCU, Secretaria Geral de Controle Externo (SEGECX), 2018.

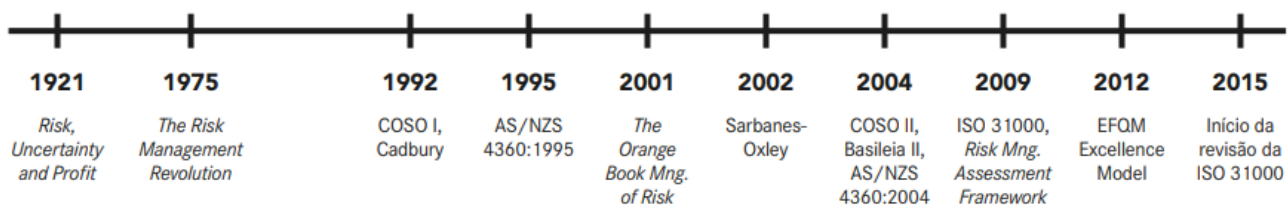
Adotar padrões e boas práticas estabelecidos em modelos reconhecidos é uma maneira eficaz de estabelecer uma abordagem sistemática, oportuna e estruturada para a gestão de riscos, que contribua para a eficiência e a obtenção de resultados consistentes, evitando que a organização seja aparelhada com uma coleção de instrumentos e procedimentos burocráticos, descoordenados, que podem levar à falsa impressão da existência de um sistema de gestão de riscos e controle efetivo, mas que, na prática, não garantem os benefícios desejados.

Evolução histórica

Em termos históricos a gestão de riscos pode ser rastreada à época em que os primeiros chefes de clãs decidiram fortificar muralhas, realizar alianças com outras tribos e estocar provisões para o futuro. Práticas relacionadas com a mitigação de riscos existiam na antiga Babilônia, a exemplo de indenizações em caso de perdas por roubos e inundações, ou a seleção, feita pelos primordiais banqueiros, de devedores com maior capacidade de honrar seus empréstimos.

No período recente, atribui-se a Frank Knight a publicação, em 1921, de obra (*Risk, Uncertainty and Profit*) que se tornou referência por estabelecer conceitos, definir princípios e introduzir alguma sistematização ao tema.

Linha do tempo



https://www.gov.br/governodigital/pt-br/seguranca-e-protecao-de-dados/outros-documentos-externos/tcu_referencial_gestao_riscos.pdf

Cinquenta anos depois, em 1975, a revista Fortune publicou o artigo *The Risk Management Revolution*, um dos primeiros documentos a tratar o tema sob o enfoque corporativo e a atribuir à alta administração a responsabilidade por instituir políticas, supervisionar e coordenar as várias funções de riscos existentes em uma organização. No início dos anos 90, as bases para o que conhecemos como gestão de risco foram estabelecidas, mediante a publicação de três documentos que se tornaram referência mundial no tema: o COSO I, o Cadbury e a AS/NZS 4360:1995.

O guia *Internal Control - Integrated Framework* (COSO I), publicado em 1992 pelo *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission* – COSO, consolidou a ideia de gestão de risco corporativo e apresentou um conjunto de princípios e boas práticas de gestão e controle interno.

No mesmo ano, o relatório do Comitê Cadbury, do Reino Unido, atribui ao corpo governante superior das entidades a responsabilidade por definir a política de gestão de riscos, supervisionar o processo de gestão e assegurar que a organização entenda os riscos aos quais está exposta.

Em 1995, esforço conjunto das entidades padronizadoras *Standards Australia* e *Standards New Zealand* resulta na publicação do primeiro modelo padrão oficial para a gestão de riscos, a norma técnica *Risk Management Standard*, AS/NZS 4360:1995. Nos anos que se seguiram, normas técnicas semelhantes foram publicadas no Canadá, no Reino Unido e em outros países.

No início do Século XXI, houve a consolidação e disseminação de práticas de gestão de risco corporativo. Entre as publicações que se tornaram referências internacionais no tema estão: o *The Orange Book*, a lei *Sarbanes-Oxley*, o COSO-ERM, o Acordo de Basileia II, a AS/NZS 4360:2004 e a ISO 31000:2009.

O *The Orange Book - Management of Risk - Principles and Concepts*, produzido e publicado pelo HM Treasury Britânico, foi a principal referência do programa de gestão de riscos do governo do Reino Unido, iniciado em 2001. O modelo tem como vantagens, além de ser compatível com padrões internacionais de gestão de riscos, introduzir e tratar esse tema complexo de forma simples e abrangente.

Em 2002, um ano após o colapso da empresa Enron, decorrente de esquema gigantesco de ocultação e manipulação de dados contábeis e falhas em auditorias, os Estados Unidos aprovaram a chamada Lei *Sarbanes-Oxley*. Por meio dela, buscaram mitigar riscos, evitar a ocorrência de fraudes, proteger investidores e assegurar que as empresas que participam do mercado acionário norte-americano possuam estruturas e mecanismos adequados de governança.

Em 2004, o COSO publicou o *Enterprise Risk Management - Integrated Framework* (conhecido como COSO-ERM ou COSO II), modelo de referência que estendeu o COSO I, tendo como foco a gestão de riscos corporativos. No mesmo ano foi firmado o Acordo de Basileia II, aplicável a instituições bancárias em nível mundial, contendo requisitos específicos relacionados à gestão de riscos operacionais (BCBS, 2004).

MATEMÁTICA FINANCEIRA

CONCEITOS GERAIS: VALOR PRESENTE, VALOR FUTURO, VALOR DO DINHEIRO NO TEMPO, JUROS, TAXA DE JUROS, PRAZO DE OPERAÇÃO

Um fluxo de caixa¹ representa uma série de pagamentos ou de recebimentos que se estima ocorrer em determinado intervalo de tempo. É bastante comum, na prática, defrontar-se com operações financeiras que se representam por um fluxo de caixa. Por exemplo, empréstimos e financiamentos de diferentes tipos costumam envolver uma sequência de desembolsos periódicos de caixa. De maneira idêntica, têm-se os fluxos de pagamentos/recebimentos de aluguéis, de prestações oriundas de compras a prazo, de investimentos empresariais, de dividendos etc.

Os fluxos de caixa podem ser verificados das mais variadas formas e tipos em termos de *períodos de ocorrência* (postecipados, antecipados ou diferidos), de *periodicidade* (períodos iguais entre si ou diferentes), de *duração* (limitados ou indeferidos) e de *valores* (constantes ou variáveis). Os termos dos fluxos de caixa são genericamente simbolizados por *PMT*, sendo para as demais variáveis empregada a mesma simbologia adotada em capítulos anteriores (*PV*, *FV*, *n*, *i*).

Modelo Padrão

Os fluxos de caixa podem ser representados sob diferentes formas e tipos, exigindo cada um deles um tratamento específico em termos de formulações. Esquemáticamente, os fluxos de caixa são identificados com base na seguinte classificação:

1. Período de Ocorrência
2. Periodicidade
3. Duração
4. Valores

O modelo-padrão de um fluxo de caixa, conforme grifado no esquema acima, é verificado quando os termos de uma sucessão de pagamentos ou recebimentos apresentam, ao mesmo tempo, as seguintes classificações:

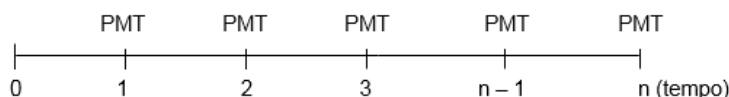
Postecipados - indica que os fluxos de pagamentos ou recebimentos começam a ocorrer ao final do primeiro intervalo de tempo. Por exemplo, não havendo carência, a prestação inicial de um financiamento é paga ao final do primeiro período do prazo contratado, vencendo as demais em intervalos sequenciais.

Limitados - o prazo total do fluxo de caixa é conhecido *a priori*, sendo finito o número de termos (pagamentos e recebimentos). Por exemplo, um financiamento por 2 anos envolve desembolsos neste intervalo fixo de tempo sendo, conseqüentemente, limitado o número de termos do fluxo (prestações do financiamento).

Constantes - indica que os valores dos termos que compõem o fluxo de caixa são iguais entre si.

Periódicos - é quando os intervalos entre os termos do fluxo são idênticos entre si. Ou seja, o tempo entre um fluxo e outro é constante.

Graficamente, o fluxo de caixa uniforme (padrão) é representado da forma seguinte:



Observe que a estrutura desse fluxo obedece à classificação-padrão apresentada anteriormente:

- o *PMT* inicial ocorre em $n = 1$: *postecipado*;
- a diferença entre a data de um termo e outro é constante: *periódico*;
- o prazo do fluxo é preestabelecido (fixo), apresentando n períodos: *limitado* ou *finito*;

¹FARIA, Rogério Gomes de. *Matemática Comercial e Financeira*. 5 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2000.

FRANCISCO, Walter De. *Matemática Financeira*. 7 ed. São Paulo: Atlas, 1991.

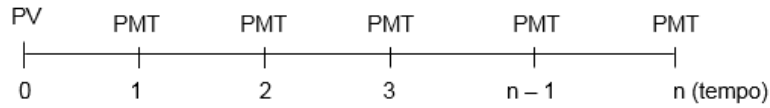
NETO, Alexandre Assaf. *Matemática Financeira e suas Aplicações*. 12 ed. São Paulo: Atlas, 2012.

NETTO, Scipione Di Pierro; TEIXEIRA, James. *Matemática Financeira*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 1998.

- os valores PMT são uniformes (iguais): constantes.

Valor presente e fator de valor presente

O valor presente de um fluxo de caixa uniforme, conforme discutido no item precedente, para uma taxa periódica de juros, é determinado pelo somatório dos valores presentes de cada um de seus valores. Reportando-se à representação gráfica do fluxo-padrão apresentado, tem-se:



Logo:

$$PV = \frac{PMT}{(1+i)} + \frac{PMT}{(1+i)^2} + \frac{PMT}{(1+i)^3} + \dots + \frac{PMT}{(1+i)^{n-1}} + \frac{PMT}{(1+i)^n}$$

Colocando-se em evidência:

$$PV = PMT \left[\frac{1}{(1+i)} + \frac{1}{(1+i)^2} + \frac{1}{(1+i)^3} + \dots + \frac{1}{(1+i)^{n-1}} + \frac{1}{(1+i)^n} \right]$$

$$PV = PMT \left[(1+i)^{-1} + (1+i)^{-2} + (1+i)^{-3} + \dots + (1+i)^{-n+1} + (1+i)^{-n} \right]$$

FPV

A expressão entre colchetes é denominada de *Fator de Valor Presente*, sendo representada pela Matemática Financeira da forma seguinte:

$$FPV(i, n)$$

Com isso, a formulação genérica do valor presente assume a expressão:

$$PV = PMT \times FPV(i, n)$$

Observe que FPV , conforme é apresentado na formulação anterior entre colchetes, equipara-se à soma de uma progressão geométrica (PG) DE n termos, sendo o primeiro termo (a_1) e a razão (q) igual a $(1+i)^{-1}$, e o n -ésimo termo (a_n) igual a $(1+i)^{-n}$.

A fórmula de cálculo da soma de uma PG é dada por:

$$S_n = FPV(i, n) = \frac{a_1 - a_n \times q}{1 - q}$$

Substituindo-se os valores da expressão na soma dos termos de uma PG, tem-se:

$$FPV(i, n) = \frac{(1+i)^{-1} - (1+i)^{-n} \times (1+i)^{-1}}{1 - (1+i)^{-1}}$$



Seguindo-se a sequência de dedução adotada por Mathias e Gomes² multiplica-se o numerador e o denominador por $(1 + i)$, obtendo-se:

$$FPV(i, n) = \frac{[(1 + i)^{-1} - (1 + i)^{-n} \times (1 + i)^{-1}] \times (1 + i)}{[1 - (1 + i)^{-1}] \times (1 + i)}$$

$$FPV(i, n) = \frac{(1 + i)^{-1} \times (1 + i) - (1 + i)^{-n} \times (1 + i)^{-1} \times (1 + i)}{(1 + i) - (1 + i)^{-1} \times (1 + i)}$$

$$FPV(i, n) = \frac{(1 + i)^{-1+1} - (1 + i)^{-n} \times (1 + i)^{-1+1}}{(1 + i) - (1 + i)^{-1+1}}$$

$$FPV(i, n) = \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{1 + i - 1}$$

$$FPV(i, n) = \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}$$

Essa expressão é muitas vezes representada da maneira seguinte:

$$FPV(i, n) = \frac{1 - \frac{1}{(1 + i)^n}}{i}$$

$$FPV(i, n) = \frac{\frac{(1 + i)^n - 1}{(1 + i)^n}}{i}$$

$$FPV(i, n) = \frac{(1 + i)^n - 1}{(1 + i)^n \times i}$$

Mediante o *FPV*, a fórmula do valor presente de um fluxo de caixa uniforme é apresentada da maneira seguinte:

$$PV = PMT \times$$

ou

$$PV = PMT \times FPV(i, n)$$

Exemplo

Determinar o valor presente de um fluxo de 12 pagamentos trimestrais, iguais e sucessivos de \$ 700,00 sendo a taxa de juros igual a 1,7% a.m.

Resposta

$$PMT = \$ 700,00$$

$$n = 12 \text{ pagamentos trimestrais}$$

$$i = 1,7\% \text{ a.m. ou: } - 1 = 5,19\% \text{ a.t.}$$

$$PV = PMT \times FPV(i, n)$$

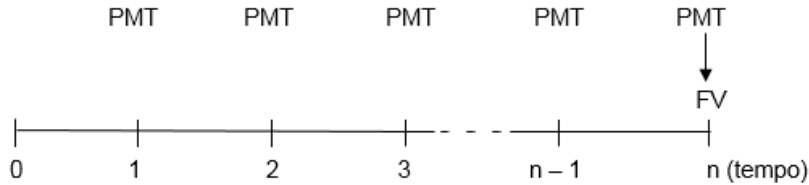
$$PV = \$ 700,00 \times FPV(5,19\%, 12)$$

$$PV = \$ 700,00 \times 8,769034$$

$$PV = \$ 6.138,30$$

Valor futuro e fator de valor futuro

O valor futuro, para determinada taxa de juros por período, é a soma dos momentos de cada um dos termos da série de pagamentos/recebimentos. Graficamente, tem-se a seguinte representação:



O valor futuro pelo padrão ocorre junto com o último termo do fluxo de caixa. Capitalizando-se cada um dos valores da série, apura-se a seguinte expressão:

$$FV = PMT + PMT \times (1 + i) + PMT \times (1 + i)^2 + \dots + PMT \times (1 + i)^{n-1}$$

Colocando-se PMT em evidência:

$$FV = PMT \underbrace{[1 + (1 + i) + (1 + i)^2 + (1 + i)^3 + \dots + (1 + i)^{n-1}]}_{FFV}$$

Identicamente, a expressão entre colchetes é definida por *Fator de Valor Futuro* e representada por: $FFV(i, n)$

A formulação genérica do valor futuro de um fluxo de caixa uniforme é expressa da forma seguinte:
 $FV = PMT \times FFV(i, n)$

Da mesma maneira em relação ao desenvolvimento da fórmula do valor presente, observe que a expressão do FFV representa a soma dos termos de uma progressão geométrica, onde $r = 1 + i$; $q = (1 + i)$ e $a_1 = 1$. Pela mesma equação de cálculo da soma dos valores de uma PG, tem-se:
 $FFV(i, n) = \frac{(1 + i)^n - 1}{i}$

Promovendo os mesmos ajustes e simplificações desenvolvidos na identidade do valor presente, chega-se a:
 $FV = PMT \times \frac{(1 + i)^n - 1}{i}$

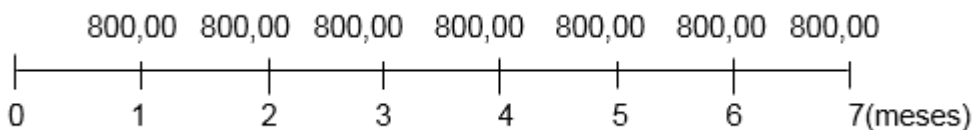
Assim, a partir do FFV pode-se elaborar a expressão de cálculo do valor futuro (montante) de um fluxo de caixa uniforme, ou seja:
 $FV = PMT \times \frac{(1 + i)^n - 1}{i}$

Ou
 $FV = PMT \times FFV(i, n)$

Exemplo

Calcular o montante acumulado ao final do 7º mês de uma sequência de 7 depósitos mensais e sucessivos, no valor de \$ 800,00 cada, numa conta de poupança que remunera a uma taxa de juros de 2,1% a.m.

Resposta



O valor futuro pode ser calculado pela soma do montante de cada depósito, isto é:

$$FV = 800,00 + 800,00(1,021) + 800,00(1,021)^2 + \dots + 800,00(1,021)^6$$



ATENDIMENTO E NOÇÕES DE ÉTICA

NOÇÕES DE ATENDIMENTO: LEGISLAÇÃO: LEI Nº. 8.078/90 (CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR)

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

CAPÍTULO II DA POLÍTICA NACIONAL DE RELAÇÕES DE CONSUMO

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

IX - fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental dos consumidores; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

X - prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;

III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

VI - instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa natural; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

VII - instituição de núcleos de conciliação e mediação de conflitos oriundos de superendividamento. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

§1º (Vetado).

§2º (Vetado).

CAPÍTULO III DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012) Vigência

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (Vetado);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

XI - a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, preservado o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, por meio da revisão e da repactuação da dívida, entre outras medidas; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

XII - a preservação do mínimo existencial, nos termos da regulamentação, na repactuação de dívidas e na concessão de crédito; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

XIII - a informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, por litro, por metro ou por outra unidade, conforme o caso. (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021)

Parágrafo único. A informação de que trata o inciso III do caput deste artigo deve ser acessível à pessoa com deficiência, observado o disposto em regulamento. (Incluído pela Lei nº 13.146, de 2015) (Vigência)

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

CAPÍTULO IV DA QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS, DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO DOS DANOS

SEÇÃO I DA PROTEÇÃO À SAÚDE E SEGURANÇA

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

§1º Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto. (Redação dada pela Lei nº 13.486, de 2017)

§2º O fornecedor deverá higienizar os equipamentos e utensílios utilizados no fornecimento de produtos ou serviços, ou colocados à disposição do consumidor, e informar, de maneira ostensiva e adequada, quando for o caso, sobre o risco de contaminação. (Incluído pela Lei nº 13.486, de 2017)

Art. 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§2º Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

§3º Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.

Art. 11. (Vetado).

SEÇÃO II
DA RESPONSABILIDADE PELO FATO DO PRODUTO E DO SERVIÇO

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - sua apresentação;
- II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi colocado em circulação.

§2º O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.

§3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

- I - que não colocou o produto no mercado;
- II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;
- III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

- I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;
- II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;
- III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

§1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - o modo de seu fornecimento;
- II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi fornecido.

§2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

- I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;
- II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

§4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

Art. 15. (Vetado).

Art. 16. (Vetado).

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

SEÇÃO III
DA RESPONSABILIDADE POR VÍCIO DO PRODUTO E DO SERVIÇO

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

§1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

- I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;
- II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- III - o abatimento proporcional do preço.

§2º Poderão as partes convencionar a redução ou ampliação do prazo previsto no parágrafo anterior, não podendo ser inferior a sete nem superior a cento e oitenta dias. Nos contratos de adesão, a cláusula de prazo deverá ser convencionada em separado, por meio de manifestação expressa do consumidor.

§3º O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do §1º deste artigo sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial.

§4º Tendo o consumidor optado pela alternativa do inciso I do §1º deste artigo, e não sendo possível a substituição do bem, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo do disposto nos incisos II e III do §1º deste artigo.

§5º No caso de fornecimento de produtos in natura, será responsável perante o consumidor o fornecedor imediato, exceto quando identificado claramente seu produtor.

§6º São impróprios ao uso e consumo:

- I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;
- II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;
- III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.

Art. 19. Os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de quantidade do produto sempre que, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, seu conteúdo líquido for inferior às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou de mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

- I - o abatimento proporcional do preço;
- II - complementação do peso ou medida;
- III - a substituição do produto por outro da mesma espécie, marca ou modelo, sem os aludidos vícios;
- IV - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos.

§1º Aplica-se a este artigo o disposto no §4º do artigo anterior.

§2º O fornecedor imediato será responsável quando fizer a pesagem ou a medição e o instrumento utilizado não estiver aferido segundo os padrões oficiais.

Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

§1º A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

§2º São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.

Art. 21. No fornecimento de serviços que tenham por objetivo a reparação de qualquer produto considerar-se-á implícita a obrigação do fornecedor de empregar componentes de reposição originais adequados e novos, ou que mantenham as especificações técnicas do fabricante, salvo, quanto a estes últimos, autorização em contrário do consumidor.

Art. 22. Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

Parágrafo único. Nos casos de descumprimento, total ou parcial, das obrigações referidas neste artigo, serão as pessoas jurídicas compelidas a cumpri-las e a reparar os danos causados, na forma prevista neste código.

Art. 23. A ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não o exime de responsabilidade.

Art. 24. A garantia legal de adequação do produto ou serviço independe de termo expresso, vedada a exoneração contratual do fornecedor.

Art. 25. É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenua a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores.

§1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores.

§2º Sendo o dano causado por componente ou peça incorporada ao produto ou serviço, são responsáveis solidários seu fabricante, construtor ou importador e o que realizou a incorporação.

SEÇÃO IV

DA DECADÊNCIA E DA PRESCRIÇÃO

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

§1º Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

§2º Obstat a decadência:

I - a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca;

II - (Vetado).

III - a instauração de inquérito civil, até seu encerramento.

§3º Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

Art. 27. Prescreve em cinco anos a pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou do serviço prevista na Seção II deste Capítulo, iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria.

Parágrafo único. (Vetado).

SEÇÃO V

DA DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA

Art. 28. O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social. A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração.

§1º (Vetado).

§2º As sociedades integrantes dos grupos societários e as sociedades controladas, são subsidiariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes deste código.

§3º As sociedades consorciadas são solidariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes deste código.

§4º As sociedades coligadas só responderão por culpa.

§5º Também poderá ser desconsiderada a pessoa jurídica sempre que sua personalidade for, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores.

CAPÍTULO V

DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

SEÇÃO I

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

SEÇÃO II

DA OFERTA

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

CONHECIMENTOS BANCÁRIOS

ESTATUTO SOCIAL DO BANPARÁ

ESTATUTO SOCIAL DO BANCO DO ESTADO DO PARÁ S.A

CAPÍTULO I DA DENOMINAÇÃO, SEDE E PRAZO DE DURAÇÃO

Art. 1º O Banco do Estado do Pará S.A., doravante denominado Banpará, ápice do sistema financeiro do Estado do Pará, conforme art. 42 da Constituição Estadual, é pessoa jurídica de direito privado, constituída como sociedade anônima aberta, de economia mista, estruturada como banco múltiplo que atua, também, na execução de políticas públicas de fomento à economia do Estado do Pará, consoante a Lei Estadual nº 1.819, de 30.11.1959, sendo regido por este Estatuto Social, pelas Leis nº 4.595/64, nº 6.404/1976, nº 13.303/2016 e demais disposições legais e regulamentares que lhe sejam aplicáveis.

Art. 2º A duração do Banpará é por tempo indeterminado.

Art. 3º O Banpará tem sede e foro na Cidade de Belém, Capital do Estado do Pará, podendo criar, instalar, remanejar ou suprimir Agências e outras dependências, em qualquer parte do território nacional.

CAPÍTULO II DO OBJETO E DA FUNÇÃO SOCIAL

Art. 4º O Banpará tem como objeto social a prática de operações ativas, passivas e acessórias, de acordo com as disposições legais e regulamentares em vigor, relativas aos bancos comerciais, de desenvolvimento, ao mercado de câmbio e comércio exterior e ao crédito imobiliário.

Parágrafo único. Para a consecução dos seus objetivos, respeitadas as disposições legais e regulamentares, o Banpará poderá ter participação em sociedades, constituir e manter sociedades subsidiárias e/ou criar e manter fundações de direito privado.

Art. 5º Compete ao Banpará atuar como instrumento de execução da política de desenvolvimento, creditícia e financeira do Governo Estadual, exercendo as funções que lhe são atribuídas em lei e na Constituição do Estado do Pará.

Art. 6º O Banpará adotará práticas de sustentabilidade ambiental e de responsabilidade social corporativa compatíveis com o mercado em que atua.

Art. 7º O Banpará poderá celebrar convênio ou contrato de patrocínio com pessoa física ou com pessoa jurídica para promoção de atividades culturais, sociais, esportivas, educacionais e de inovação tecnológica, desde que comprovadamente vinculadas ao fortalecimento de sua marca, observando-se, no que couber, as disposições da Lei nº 13.303/2016.

CAPÍTULO III DO CAPITAL SOCIAL E DAS AÇÕES

Art. 8º O Capital Social do Banpará é de R\$ 1.473.121.569,74 (um bilhão, quatrocentos e setenta e três milhões, cento e vinte um mil, quinhentos e sessenta e nove reais e setenta e quatro centavos), representado por 9.521.649 (nove milhões, quinhentos e vinte um mil, seiscentos e quarenta e nove) ações ordinárias nominativas escriturais, sem valor nominal.

Parágrafo único. O acionista Estado do Pará deterá sempre, no mínimo, 51% das ações com direito a voto.

Art. 9º O Banpará poderá emitir títulos múltiplos de ações, facultado ao acionista o direito de pedir, a qualquer tempo, o seu desdobramento, serviço esse cujo custo lhe será cobrado pelo Banpará.

Art. 10 A cada ação ordinária nominativa corresponderá um voto nas deliberações da Assembleia Geral.

§1º Todas as ações são livremente transferíveis na forma da legislação aplicável, respeitado o disposto neste Estatuto Social.

§2º As ações obedecerão aos seguintes critérios:

I – quanto aos direitos e vantagens que garantem, as ações serão ordinárias, podendo, contudo, haver a estruturação em diversas classes, atendidas as exigências legais;

II – quanto à titularidade, as ações serão exclusivamente nominativas, sendo vedada a conversão em outra forma;

III - o modo de registro da propriedade e sua transferência poderão ser efetuados por lançamento nos livros da companhia ou de modo escritural, atendidas as normas legais, mediante decisão da Assembleia Geral.

Art. 11 O direito de preferência aos acionistas para subscrição ao aumento de capital será regulado pela legislação aplicável à matéria.

Art. 12 No caso de oferta pública de ações (OPA), decorrente de eventual alienação do controle da Sociedade, fica assegurado aos titulares das ações ordinárias, não integrantes do bloco de controle, o mesmo preço e condições obtidos pelo acionista vendedor.

CAPÍTULO IV DAS OPERAÇÕES

Art. 13 As operações ativas e passivas serão realizadas pela Diretoria Colegiada de acordo com o estabelecido no presente Estatuto, com observância das disposições legais e normas regulamentares expedidas pelo Banco Central do Brasil.

§1º Além das proibições legais, ainda é vedado ao Banpará realizar operações de qualquer natureza direta ou indiretamente:

I – com garantia real que não seja inscrita em primeiro lugar e sem nenhuma concorrência, salvo quando se tratar de composição de dívida, ou quando o registro da garantia em

favor do Banpará implicar no simultâneo cancelamento do ônus existente, ou quando o ônus anterior estiver em favor do Banco; e

II – realizar operações garantidas pelas suas próprias ações ou com garantia exclusiva de ações de outras instituições financeiras.

§2º Em casos excepcionais, aprovados pela Diretoria Colegiada, poderão ser admitidas exceções à regra de que trata o inciso I do parágrafo primeiro deste artigo, desde que o valor da garantia seja considerado suficiente para a segurança da operação.

Art. 14 O Banpará, na qualidade de Agente Financeiro e Banco Oficial do Estado do Pará, poderá realizar operações com o Estado, principalmente na área de execução de serviços, desde que não expressamente vedadas em lei ou neste Estatuto Social.

CAPÍTULO V DO ACIONISTA CONTROLADOR

Art. 15 O acionista controlador do Banpará deverá:

I – fazer constar do Código de Conduta e Integridade, aplicável à alta administração, a vedação à divulgação, sem autorização do Conselho de Administração, de informação que possa causar impacto na cotação dos títulos do Banco e em suas relações com o mercado ou com consumidores e fornecedores;

II – preservar a independência do Conselho de Administração no exercício de suas funções;

III – observar a política de indicação na escolha dos administradores e membros do Conselho Fiscal.

Art. 16 O acionista controlador do Banpará responderá pelos atos praticados com abuso de poder, nos termos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976.

§1º A ação de reparação poderá ser proposta pela sociedade, nos termos do art. 246 da Lei no 6.404, de 15 de dezembro de 1976, pelo terceiro prejudicado ou pelos demais acionistas, independentemente de autorização da Assembleia Geral.

§2º A ação de que trata o parágrafo primeiro prescreve em 6 (seis) anos, contados da data da prática do ato abusivo.

CAPÍTULO VI DA ASSEMBLEIA GERAL

Art. 17 A Assembleia Geral é o órgão superior de deliberação, sendo constituída pela reunião dos acionistas, convocada pelo Conselho de Administração e nas demais formas previstas em Lei ou neste Estatuto.

Art. 18 A Assembleia Geral de Acionistas será instalada e presidida pelo Presidente do Conselho de Administração ou, na sua ausência ou impedimento, pelo Diretor-Presidente do Banpará, ou por um dos acionistas ou administradores presentes, escolhidos pelos acionistas. O Presidente da mesa convidará um ou mais acionistas para atuarem como secretários da Assembleia Geral.

§1º Nas Assembleias Gerais Extraordinárias será tratado, exclusivamente, o objeto declarado nos editais de convocação, não se admitindo a inclusão, na sua pauta, de assuntos gerais.

§2º As atas da Assembleia Geral poderão ser lavradas de forma sumária dos fatos ocorridos, inclusive dissidências e protestos, e conterão a transcrição apenas das deliberações tomadas, observadas as disposições previstas em lei.

Art. 19 A Assembleia Geral Ordinária reunir-se-á anualmente até o dia 30 de abril, para os fins previstos em Lei.

Art. 20 Serão suspensas as transferências de ações até 8 (oito) dias antes da realização de Assembleia Geral.

Art. 21 A Assembleia Geral tem poderes para deliberar sobre todos os negócios de interesse do Banco e para tomar decisões de sua competência privativa conforme esteja estabelecido em Lei, e em especial:

I – reforma do Estatuto Social;

II – eleição e destituição dos membros do Conselho de Administração e do Conselho Fiscal;

III – autorizar a aquisição e a alienação de bens do ativo permanente, a constituição de ônus reais e a prestação de garantias a terceiros, que impliquem em responsabilidade acima de 5% (cinco por cento) do patrimônio líquido do Banco;

IV – deliberação, de acordo com proposta da Administração, sobre a destinação do lucro do exercício e a distribuição de dividendos;

V – fixar o valor anual para a concessão de donativos a entidades assistenciais, instituições beneficentes e filantrópicas, em percentual superior a 1% do lucro líquido apurado no exercício anterior;

VI – fixar a remuneração global ou individual dos Administradores e dos membros do Conselho Fiscal, na forma da Lei;

VII – fixar a remuneração dos membros do Comitê de Auditoria e do Comitê de Riscos Estatutário;

VIII – deliberar sobre os assuntos propostos pelo Conselho de Administração, pela Diretoria Colegiada ou pelo Conselho Fiscal, observadas as disposições legais.

CAPÍTULO VII DA ADMINISTRAÇÃO

Art. 22 O Banpará será administrado por um Conselho de Administração, eleito e destituível pela Assembleia Geral, e por uma Diretoria Colegiada, eleita e destituível pelo Conselho de Administração, nos termos deste Estatuto Social.

§1º Os membros do Conselho de Administração e da Diretoria Colegiada serão pessoas naturais, brasileiros, residentes e domiciliados no País, cidadãos de reputação ilibada, com nível de escolaridade superior e experiência em administração de instituições financeiras, inclusive, quando empregados, o de ter exercido cargo até dois níveis hierárquicos imediatamente abaixo da Diretoria Colegiada, quer de gestão ou de assessoramento por, no mínimo, 4 (quatro) anos.

§2º Os membros do Conselho de Administração e da Diretoria Colegiada estão sujeitos ao mesmo regime legal quanto aos requisitos, impedimentos, investidura, remuneração, deveres e responsabilidades.

§3º Fica assegurada a representação dos empregados do Banco no Conselho de Administração e na Diretoria Colegiada, sendo o representante no Conselho de Administração escolhido em eleição direta da categoria.

Art. 23 O mandato dos membros do Conselho de Administração e da Diretoria Colegiada será unificado, pelo prazo de 2 (dois) anos, sendo admitidas 3 (três) reconduções consecutivas.

Parágrafo único. O mandato dos membros do Conselho de Administração e da Diretoria Colegiada estender-se-á até a posse dos seus substitutos.

Art. 24 São requisitos mínimos para compor o Conselho de Administração e a Diretoria Colegiada, devendo ser atendidos, alternativamente, um dos critérios das alíneas “a”, “b” e “c”, do inciso I e, cumulativamente, os critérios estabelecidos nos incisos II e III, abaixo:

I – ter experiência profissional de, no mínimo:

a) 10 (dez) anos, no setor público ou privado, na área de atuação do Banco ou em área conexa àquela para a qual forem indicados em função de direção superior; ou

b) 4 (quatro) anos ocupando pelo menos um dos seguintes cargos:

1. diretor, conselheiro de administração, ou de chefia superior em empresa de porte ou objeto social semelhante ao do Banpará, entendendo-se como cargo de chefia superior aquele situado nos 2 (dois) níveis hierárquicos não estatutários mais altos da empresa;

2. cargo em comissão ou função de confiança equivalente a DAS-4 ou superior, no setor público;

3. cargo de docente ou de pesquisador, de nível superior, nas áreas de atuação do Banco.

c) 4 (quatro) anos de experiência como profissional liberal em atividade direta ou indiretamente vinculada à área de atuação do Banpará.

II – possuir curso de graduação em nível superior;

III – não se enquadrar nas hipóteses de inelegibilidade previstas nas alíneas do inciso I do caput do art. 1º da Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990, com as alterações introduzidas pela Lei Complementar nº 135, de 4 de junho de 2010.

§1º Os requisitos mínimos de experiência profissional, previstos no inciso I, poderão ser dispensados no caso de indicação de empregados do Banpará para o cargo de administrador, desde que atendidos os seguintes requisitos mínimos:

I – ingresso por meio de concurso público de provas ou de provas e títulos;

II – possuir mais de 10 (dez) anos de trabalho efetivo no Banpará;

III – ter exercido cargo até dois níveis hierárquicos imediatamente abaixo da Diretoria Colegiada, quer de gestão ou de assessoramento por, no mínimo, 4 (quatro) anos.

§2º Os requisitos previstos neste artigo aplicam-se a todos os administradores do Banpará, inclusive ao representante dos empregados e dos acionistas minoritários.

Art. 25 Não poderão ingressar ou permanecer no Conselho de Administração e na Diretoria Colegiada:

I – o representante do órgão regulador ao qual o Banpará está sujeito, Ministro de Estado, Secretário de Estado, Secretário Municipal, titular de cargo de natureza especial ou de direção e assessoramento superior na administração pública, sem vínculo permanente com o serviço público, ainda que licenciado, dirigente estatutário de partido político, ainda que licenciado e titular de mandato no Poder Legislativo de qualquer ente da federação, ainda que licenciado;

II – a pessoa que atuou, nos últimos 36 (trinta e seis) meses, como participante de estrutura decisória de partido político ou em trabalho vinculado a organização, estruturação e realização de campanha eleitoral;

III – a pessoa que exerça cargo em organização sindical;

IV – a pessoa que tenha firmado contrato ou parceria, como fornecedor ou comprador, demandante ou ofertante, de bens ou serviços de qualquer natureza, com a pessoa político-administrativa do Banpará ou com o próprio Banco em período inferior a 3 (três) anos antes da data de nomeação;

V – a pessoa que tenha ou possa ter qualquer forma de conflito de interesse com a pessoa político-administrativa controladora do Banpará ou com o próprio Banco;

VI – as pessoas vinculadas entre si por parentesco, natural ou civil, até o 3º grau, inclusive, ou por afinidade, até o 2º grau;

VII – a pessoa que ocupar cargo na administração ou gerência de outra sociedade que explore atividade análoga;

VIII – a pessoa que houver causado prejuízo ao Banpará;

IX – a pessoa que participar de sociedade inadimplente com o Banpará;

X – a pessoa que estiver impedida por lei especial, condenada por crime falimentar, de sonegação fiscal, de prevaricação, de corrupção ativa ou passiva, de concussão, de peculato, contra a economia popular, a fé pública, a propriedade ou o Sistema Financeiro Nacional, ou condenada a pena criminal que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos;

XI – a pessoa declarada inabilitada ou suspensa para o exercício de cargos de conselheiro fiscal, de conselheiro de administração, de diretor ou de sócio administrador em instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil ou em entidades de previdência complementar, sociedades seguradoras, sociedades de capitalização, companhias abertas ou entidades sujeitas à supervisão da Comissão de Valores Mobiliários;

XII – a pessoa que responde, ou qualquer empresa da qual seja controlador ou administrador, por protesto de títulos, cobranças judiciais, emissão de cheques sem fundos, inadimplemento de obrigações e outras ocorrências ou circunstâncias análogas.

XIII – a pessoa declarada falida ou insolvente;

XIV – a pessoa que controlou ou administrou, nos 2 (dois) anos que antecedem a eleição ou nomeação, firma ou sociedade objeto de declaração de insolvência, liquidação, intervenção, falência ou recuperação judicial;

XV – a pessoa que responde, ou qualquer sociedade da qual tenha sido controlador ou administrador à época dos fatos, por processo crime, inquérito policial e outras ocorrências ou circunstâncias análogas;

XVI – a pessoa que responde por processo judicial ou administrativo que tenha relação com o Sistema Financeiro Nacional e outras ocorrências ou circunstâncias análogas;

XVII – Quando empregado ou ex-empregado:

a) que responda a processo administrativo disciplinar;

b) que não está isento do efeito de quaisquer penalidades previstas no regulamento de pessoal do Banco;

XVIII – a pessoa que possua ações em trâmite ajuizadas contra o Banco.

§1º A vedação prevista no inciso I estende-se também aos parentes consanguíneos ou afins até o terceiro grau das pessoas nele mencionadas.

§2º Os impedimentos previstos neste artigo aplicam-se a todos os administradores do Banco, inclusive ao representante dos empregados e dos acionistas minoritários.

§3º Os demais requisitos e impedimentos estão definidos nas Leis nº 6.404/1976 e nº 13.303/2016 e na Política Institucional de Indicação e Sucessão do Banpará.

Art. 26 Os Conselheiros e Diretores, antes de entrarem no exercício do cargo, apresentarão declaração de bens na forma da legislação pertinente.

Art. 27 Considerar-se-á investido no cargo o administrador que assinar o termo de posse, após a homologação de sua eleição pelo Banco Central do Brasil.

§1º No ato da posse, os administradores eleitos deverão assinar, ainda, o Termo de Adesão à Política de Divulgação de Atos e Fatos Relevantes e de Negociação com Valores Mobiliários do Banco do Estado do Pará S.A. e os demais documentos previstos nas regulamentações aplicáveis.

§2º Além das hipóteses previstas em lei, perde o seu cargo no Conselho de Administração o conselheiro que deixar de comparecer, sem justa causa, a 3 (três) reuniões sucessivas.

§3º Perde o seu cargo o Diretor que:

I – deixar de comparecer, sem justificativa, a 6 (seis) reuniões sucessivas da Diretoria Colegiada;

II – deixar de exercer, sem licença prévia, o seu cargo por mais de 30 (trinta) dias consecutivos; e

III – desempenhar outros cargos ou funções, ou ainda exercer quaisquer atividades estranhas ao Banpará, que, a juízo do Conselho de Administração sejam prejudiciais aos interesses do Banco.

Art. 28 Aos administradores é vedado intervir no estudo, deferimento, controle ou liquidação de qualquer operação financeira em que, direta ou indiretamente, sejam interessadas sociedades que detenham o controle igual ou superior a 10% (dez por cento) do seu capital social, impedimento este aplicável, nos mesmos casos, quando se tratar de empresa na qual tenham ocupado cargo de gestão em período imediatamente anterior à investidura no Banpará, sob pena de responsabilidade na forma da lei.

Art. 29 A remuneração dos integrantes dos órgãos de administração será fixada anualmente pela Assembleia Geral, observadas as disposições das Leis nº 6.404/76 e Lei nº 13.303/2016, os demais normativos aplicáveis, bem como a Política Institucional de Remuneração dos Administradores do Banpará.

§1º Deve ser divulgada toda e qualquer forma de remuneração dos administradores.

§2º Nos exercícios em que forem pagos o dividendo obrigatório aos acionistas e a participação de lucros aos empregados, os membros da Diretoria Colegiada terão direito à remuneração variável, definida, anualmente, pela Assembleia Geral, não podendo ultrapassar o total da remuneração anual dos membros da Diretoria Colegiada e nem 0,1 (um décimo) do lucro líquido, prevalecendo o limite que for menor, considerando os resultados alcançados com base no desempenho e na gestão de riscos, atendidas as normas legais a respeito e observado os critérios dispostos nas demais normas aplicáveis.

Art. 30 Os administradores eleitos devem participar, na posse e anualmente, de treinamentos específicos sobre legislação societária e de mercado de capitais, divulgação de informações, controle interno, código de conduta, a Lei nº 12.846/2013 (Lei Anticorrupção), e demais temas relacionados às atividades do Banco.

Art. 31 Os administradores e os membros de comitês estatutários do Banpará serão submetidos à avaliação de desempenho, individual e coletiva, de periodicidade anual, observados os seguintes quesitos mínimos:

I – exposição dos atos de gestão praticados, quanto à licitude e à eficácia da ação administrativa;

II – contribuição para o resultado do exercício;

III – consecução dos objetivos estabelecidos no plano de negócios e atendimento à estratégia de longo prazo.

SEÇÃO I

DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Art. 32 O Conselho de Administração é órgão de administração, representante dos interesses dos acionistas, em nível estratégico de organização, orientação, supervisão, coordenação, controle e avaliação dos interesses do Banco, seus objetivos e programas, sendo responsável pelo seu desenvolvimento e estabilidade.

Parágrafo único. O órgão de Auditoria Interna, o Comitê de Auditoria, o Comitê de Elegibilidade, o Comitê de Remuneração e o Comitê de Riscos Estatutário estão diretamente subordinados ao Conselho de Administração.

Art. 33 O Conselho de Administração, órgão de deliberação colegiada, será composto de, no mínimo, 7 (sete) e, no máximo, 11 (onze) membros, eleitos pela Assembleia Geral, ficando assegurada, na sua composição, a participação do Diretor-Presidente do Banpará, de 1 (um) representante dos empregados e, no mínimo, de 1 (um) representante dos acionistas minoritários.

§1º O Presidente do Conselho de Administração será indicado pelo Acionista Controlador e eleito pela Assembleia Geral, na forma da Lei, observadas as vedações impostas pela legislação vigente.

§2º É vedada a acumulação do cargo de Presidente do Conselho de Administração e do cargo de Diretor-Presidente, ainda que interinamente.

§3º O(s) representante(s) dos acionistas minoritários será(ão) escolhido(s) na forma da lei.

§4º Na Assembleia Geral que tiver por objeto deliberar a eleição dos membros do Conselho de Administração, os acionistas deverão fixar, inicialmente, o número de membros a serem eleitos.

Art. 34 Os membros do Conselho de Administração poderão ser destituídos a qualquer tempo pela Assembleia Geral.

Art. 35 O Conselho de Administração deve ser composto, no mínimo, por 25% (vinte e cinco por cento) de membros independentes ou por pelo menos 1 (um), caso haja decisão pelo exercício da faculdade do voto múltiplo pelos acionistas minoritários, nos termos do art. 141 da Lei nº 6.404/1976, de 15 de dezembro de 1976.

§1º Para fins deste artigo, o conselheiro independente caracteriza-se por:

I – não ter qualquer vínculo com o Banpará, exceto participação de capital;

II – não ser cônjuge ou parente consanguíneo ou afim, até o terceiro grau ou por adoção, de chefe do Poder Executivo, de Ministro de Estado, de Secretário de Estado ou Município ou de administrador do Banco;

III – não ter mantido, nos últimos 3 (três) anos, vínculo de qualquer natureza com o Banco, ou seu controlador, que possa vir a comprometer sua independência;