

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – UFRGS  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS  
FINANCEIROS**

**Ética nas Negociações Bancárias: Agência Oxford**

**CARLOS ALBERTO TASCHECK**

**São Bento do Sul  
2007**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – UFRGS  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS  
FINANCEIROS  
MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO**

**Ética nas Negociações Bancárias: Agência Oxford**

**CARLOS ALBERTO TASCHECK**

Monografia submetida à Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS - Escola de Administração – , como requisito parcial à obtenção do grau de Especialista em Gestão de Negócios Financeiros.

**Orientadora: Professora Elaine Di Diego Antunes**

**São Bento do Sul  
2007**

**Meu Agradecimento:**

A Deus, por ter sido um amigo fiel em todas as horas; A minha esposa, Ingelore e meus filhos Gustavo, Mateus e Daniel, pela compreensão e companheirismo nesta fase da minha vida.

**Este trabalho dedico:**

Aos Professores do curso, pelo empenho,  
dedicação e conhecimento transmitido à turma.

Aquilo que existe deve ceder ao novo, pois tudo  
que nasce há de perecer.

[Fausto Goethe]

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – UFRGS**  
**ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS FINANCEIROS**

**A MONOGRAFIA: ÉTICA NAS NEGOCIAÇÕES BANCÁRIAS: AGÊNCIA OXFORD**

**Elaborada por: CARLOS ALBERTO TASCHECK**

Foi aprovada por todos os membros da Banca Examinadora e homologada como pré-requisito à obtenção de aprovação no curso de especialização de gestão em negócios financeiros.

Data: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Nota Final: \_\_\_\_\_

Banca Examinadora:

Prof.(a) – Nome: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof.(a) – Nome: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

Prof.(a) – Nome: \_\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	8
<b>2. ÉTICA</b> .....	10
<b>2.1. A Ética e seus aspectos históricos</b> .....	10
<b>2.2. Conceito de Ética</b> .....	12
<b>2.3. Ética e Moral</b> .....	13
<b>3. ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES</b> .....	15
<b>3.1. Código de ética</b> .....	15
<b>3.2. Ética pessoal e Ética corporativa: limites e desafios</b> .....	17
<b>3.3. As pessoas querem ser éticas. E as empresas</b> .....	20
<b>4. ÉTICA NAS NEGOCIAÇÕES BANCÁRIAS: AGÊNCIA OXFORD</b> .....	22
<b>4.1. Ética e conduta profissional</b> .....	22
<b>4.2. Código de ética do Banco do Brasil</b> .....	23
<b>4.3. Resultados da pesquisa</b> .....	24
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	28
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	30
<b>ANEXOS</b> .....	31

## RESUMO

A presente monografia trata da **Ética nas Negociações Bancárias: Agência de Oxford**, para falar sobre a conduta pessoal e profissional, bem como do que a organização exige de seus funcionários para seguir sua filosofia dentro dos preceitos éticos e morais. Para a empresa, é fundamental que todos os seus funcionários assumam o compromisso de postura profissional para a manutenção dessa identidade de práticas e princípios perante a comunidade.

O objetivo principal é verificar se os funcionários do Banco do Brasil S/A. da agência de Oxford, reconhecem e aplicam os preceitos Éticos criados pela empresa.

O trabalho é apresentado de forma descritiva, relatando resultados de pesquisa bibliográfica e entrevista. Ainda, o trabalho descreve o Código de ética do Banco do Brasil S/A, esperando contribuir com as ações estratégicas da organização, estimulando o exercício profissional responsável dentro do elevado padrão ético da Instituição, tanto no seu ambiente interno como externo.



## 1. INTRODUÇÃO

O mundo contemporâneo caracterizou-se pela diversidade das relações comerciais e sociais através da abertura das fronteiras, agilização e intensificação de negócios e exigências de expressivas mudanças nas posturas de condutas profissionais dos indivíduos e das organizações que representam o seu ambiente. A postura idônea dos indivíduos e das empresas, mais do que nunca, são exigidas nas relações sociais no universo em que estão inseridas.

A preocupação com o estabelecimento de padrões éticos e normas de conduta vem ganhando especial atenção no ambiente das organizações. Toda organização é composta de sujeitos diferentes, com histórias de vida diversas, não sendo possível alcançar uniformidade de conduta. Na verdade, o comportamento humano tanto na esfera pessoal quanto na profissional, se pauta em regras pactuadas fora do ambiente em que vive. A ética organizacional tornou-se questão de sobrevivência das empresas, pois a sociedade passou a exigir comportamentos mais responsáveis e voltados para o bem comum.

No mercado financeiro a ética é importante por uma simples razão: o mercado financeiro vive da e pela confiança. Inúmeras pessoas confiam em bancos, aí depositam seus valores, esperando que sejam bem administrados, como se pertencessem ao próprio depositário. Se não houver confiança, não haverá mercado financeiro. Por isso, é necessário convencionar um código de ética que seja a ligação entre às organizações e seus funcionários. Nele devem estar contidos os valores, princípios e normas de conduta que servirão de manuais de instruções para o uso em diversas situações.

O Banco do Brasil S/A., a maior instituição financeira da América Latina, percebendo as mudanças impostas as organizações e devido a diversidade de valores culturais instituiu o seu Código de Ética visando criar um padrão de comportamento. O Código de Ética do Banco do Brasil S/A. vem reafirmar a contínua valorização dos preceitos éticos existentes na cultura da Organização, reconhecidos pela comunidade. Este código pretende integrar os valores essenciais á prática do cotidiano, ser fonte de reflexão ética não desassociada da atuação profissional. O Banco do Brasil S/A. no intuito de manter-se na vanguarda como empresa comprometida com a ética em seus negócios, consolidou seu Código de

Ética, nele fica clara a imagem ética, não apenas em relação ao seu negócio, a atividade bancária, mas também, resgate de valores e da dignidade do ser humano. O Código de Ética do Banco do Brasil S/A., em sua abrangência, disciplina o comportamento esperado dos funcionários, suas relações com os Clientes, os Acionistas, a Comunidade, o Governo, Parceiros, os Fornecedores, Concorrentes a Mídia e as Associações e Entidades de Classes dos funcionários.

Mas entre os funcionários do Banco do Brasil S/A. da agência de Oxford, há essa percepção de reconhecimento? Os funcionários conhecem o código de ética da organização? O que os funcionários pensam sobre o assunto e sobre sua aplicabilidade interna?

Assim, este trabalho pretende avaliar se os funcionários do Banco do Brasil S/A., da Agência de Oxford – SC, conhecem o Código de Ética da Organização, como percebem e reconhecem a sua importância explicitada em normas de conduta profissional.

A forma adotada para a pesquisa científica será a de entrevistar os funcionários do Banco do Brasil S/A., da agência de Oxford – SC. Pretendendo analisar e avaliar qual o grau de conhecimento do Código de Ética do Banco do Brasil S/A., apreciar o seu grau de importância e verificar sua aplicabilidade e compreensão interna.

## 2. ÉTICA

### 2.1. A Ética e seus aspectos históricos

Sem dúvida foram os gênios da Grécia – Sócrates, Platão e Aristóteles – os primeiros pensadores que procuraram analisar mais profundamente a ética.

Na verdade já existiam tanto a Ética como a Moral, inclusive constavam dos antigos Códigos o que era moral e imoral; os sábios chefes da Antigüidade já procuravam conduzir o seu povo com justiça.

Sócrates foi o fundador da ciência em geral, mediante a doutrina do conceito, sendo assim o fundador da ciência moral, através da doutrina que identifica eticidade com racionalidade, ação racional, traçando o itinerário seu mais tarde será percorrido por Platão e concluído por Aristóteles.

Em sua obra prima, *A República*, Platão ensina que *consoante a psicologia, a natureza do homem é racional e o ápice da hierarquia das idéias platônicas é o bem, objetivo de tudo quanto existe.*

Mais idealista do que a ética socrática, equipara Platão a virtude à felicidade, que somente é completa na vida em sociedade; não basta ser um indivíduo eticamente bom, é necessário que seja também um bom cidadão.

Aristóteles, que foi aluno da Academia de Platão durante vinte anos, acreditava em três formas de felicidade: a primeira forma de felicidade é uma vida de prazeres e satisfações; a Segunda é uma vida como cidadão livre e responsável; e a terceira forma de felicidade é a vida como pesquisador e filósofo.

Para ele seria indispensável integrar essas três formas para que o homem pudesse levar realmente uma vida feliz; isto porque ela faz da felicidade o supremo bem na conduta humana.

Aristóteles sustenta o primado do conhecimento, do intelecto, da filosofia, sobre a ação, à vontade, a política; a virtude ética não é, pois, razão pura, mas uma aplicação da razão.

Estes sábios pensamentos deixados pelos grandes filósofos de Atenas transformaram-se em fonte de inspiração para diferentes correntes filosóficas de todo o universo.

A lei moral deve apoiar-se em princípios racionais *a priori*, válidos universalmente; assim, o comportamento eticamente bom é aquele que se processa segundo essa lei, independente do seu resultado, lei essa que passará a ser para a vontade um imperativo categórico, ou crítico supremo de moralidade.

Contudo, KANT (1968, p. 77-9) formula o seu imperativo categórico de várias maneiras. Primeiro, ele diz: *“devemos sempre agir de modo a podermos desejar que a regra a partir da qual agimos se transforme numa lei geral”*.

Formula também o imperativo categórico de modo a que: *“nós tratemos as outras pessoas sempre como um fim em si mesmo, e não como um simples meio para se chegar a outra coisa”*.

Portanto, é na dignidade pessoal que reside o fundamento objetivo da lei moral.

A parte da Ética destinada ao estudo dos deveres, como já visto, ainda é conservado como efetivamente próprio para designar a teoria dos deveres em geral.

A Ética parte do pressuposto de que a vida profissional não é alheia à norma Ética; positivamente, afirma que a vida profissional em toda a sua extensão, é sujeita a esta norma. Assim, a Ética profissional elabora sistematicamente quais são os deveres e as normas que devem orientar a atividade profissional.

Segundo LOPES DE SÁ (2001, p. 137):

Observada em tese, em seu sentido geral, a profissão, como exercício habitual de uma tarefa, a serviço de outras pessoas, insere-se no complexo da sociedade como uma atividade específica. (...). Existem aspectos claros de observação do comportamento, nas diversas esferas em que ele se processa: perante o conhecimento, perante o cliente, perante o colega, perante a classe, perante a sociedade, perante a pátria, perante a própria humanidade como conceito global.

A área central da Ética profissional possui três preceitos fundamentais: o da prestação do serviço, o da remuneração e o do segredo profissional.

Estudando os ensinamentos destes três grandes pensadores podemos constatar que apesar das várias correntes seguidas em relação à Ética e Moral,

todos têm um ponto em comum: esses princípios estão interligados entre si, para atingir o fim supremo do homem que é a felicidade, o bem e a PAZ.

O Código de Ética criado pelo conselho do Banco do Brasil S/A, recomenda aos funcionários “**exercer a profissão com honra, civilidade e aptidão**”, de acordo com a cultura da organização.

## 2.2 Conceito de Ética

Nesse sentido certamente encontraremos vários conceitos para o vocábulo ética, destacando-se aqui aquele dito por VÁZQUEZ (1995, p. 12): “Ética é a ciência do comportamento moral dos homens em sociedade. É uma ciência, pois tem objeto próprio, leis próprias e método próprio. O objeto da Ética é a moral”.

Pela tradução da palavra no dicionário, Ética é: “o estudo dos juízos de apreciação que se referem à conduta humana susceptível de qualificação do ponto de vista do bem e do mal, seja relativamente à determinada sociedade, seja de modo absoluto”.

A crise da Humanidade é uma crise moral, pois os descaminhos do ser humano, refletidos na violência, no egoísmo e na indiferença resultam da fragilidade dos valores morais.

Cabe à ÉTICA recompor o referencial de valores básicos de orientação do comportamento, viabilizando um futuro mais promissor para a Humanidade.

Constitui-se a ética numa decisão livre e consciente, assumida por convicção pessoal e interior, que leva cada indivíduo a decidir quando da realização de um ato social; a ética esta adstrita a certa liberdade pessoal de escolha.

A escolha, a opção, reflete-se numa idéia de liberdade que todos temos, mormente, liberdade não é fazer o que bem se entende.

A liberdade no exercício do bancário, por exemplo, é total na medida que se segue os preceitos da ética, não desvirtuando a finalidade precípua do bancário como profissional.

A ética pode ser vista como algo que valoriza outras matérias, de maneira específica e abrangente.

Segundo LOPES DE SÁ (2001, p. 20):

Nesse conjunto de pensamentos reside toda a complexidade comportamental do homem, ao defrontar-se com a condição de liberdade, em contraposição com as limitações das necessidades para a vida. O objetivo, nessa luta humana, é sempre o de conseguir a eficácia, efeito este obtido com a riqueza, quando esta anula a necessidade.

## 2.3 Ética e Moral

Existem doutrinadores que pretendem que a categoria Ética deva ser concebida de maneira umbilical e exclusivamente à categoria Moral.

Contudo, como alerta PASOLD (2001, p. 139): “esta opção epistemológica, vinculante absoluta da Ética à Moral, traz com consequência principal, no plano teórico (com efeitos na prática), o atrelamento da primeira à Segunda”.

Assim, a Ética se torna mero campo circunscrito da Moral, ou a Ética é simples aspecto da Moral.

Porém, a leitura de ARISTÓTELES (1965, p. 178), permite a estimulação de que, ainda que Moral e Ética possam estar em conexão, não devem ser confundidas entre si.

Assim, é possível sustentar-se uma válida opção teórica no sentido de diferenciar-se e, pois, afastar – sem, contudo, eliminar possíveis conexões – entre si as categorias MORAL e ÉTICA.

Podemos assim compreender a Moral como uma disposição subjetiva de determinação do que é **correto** e do que é **incorreto**, estabelecendo-se a noção do que é Bem e do que é Mal.

Para MELO (200, p. 65) “moral é o conjunto de princípios e de padrões de conduta de um indivíduo, de um grupo ou de uma coletividade. Conjunto de regras decorrentes dos costumes e da recepção das virtudes valoradas pelo grupo social”.

Dessa forma, podemos dizer que a Moral é *interiorizada*, enquanto que a Ética é *exteriorizada*, uma vez que busca-se estabelecer uma noção específica de Bem a ser alcançada em determinadas realidades concretas.

A Moral disciplina a relação entre os homens por meio de normas, impondo conduta obrigatória aos seus destinatários.

Assim, a moral se apresenta sob a forma imperativa, apenas dispondo de sanção moral, puramente espiritual.

A primeira fonte da moral cristã é a Bíblia (a sagrada escritura), uma vez que os fatos nela narrados têm intenção moralizadora e, é muito difícil distinguir o elemento religioso do elemento moral.

### 3. ÉTICA NAS ORGANIZAÇÕES

#### 3.1. Código de ética

Todas as profissões reclamam um proceder ético; essa importância avulta na atividade profissional.

A Ética designa o conjunto das normas éticas e comportamentais a serem observadas pelo profissional, agir segundo a ciência: conhecimento técnico adequado; é dever ético dominar as regras para um desempenho eficiente.

Entende-se que, a Ética profissional nada mais é do que um jeito eficiente de respeitar o sigilo das informações alheias. Afinal, ninguém quer que informações pessoais sejam informadas sem seu consentimento. Também, a forma de tratamento com colegas, superiores, enfim, a instituição como um todo.

O código de ética é um instrumento de realização da filosofia da empresa, de sua visão, missão e valores. É o meio formal para uma empresa informar e determinar a conduta de seus executivos e demais funcionários.

O código de ética deve ser concebido pela própria empresa, expressando sua cultura. Serve para orientar as ações de seus colaboradores e explicitar a postura da empresa em face dos diferentes públicos com os quais interage. É um instrumento que serve de inspiração para as pessoas que aderem a ele e se comprometem com seu conteúdo.

Segundo WHITAKER (2007):

Enquanto a ética **profissional** está voltada para as profissões, os profissionais, associações e entidades de classe do setor correspondente, a ética **empresarial** atinge as empresas e organizações em geral. A empresa necessita desenvolver-se de tal forma que a ética, a conduta ética de seus integrantes, bem como os valores e convicções primários da organização se tornem parte de sua cultura.

É imperioso que haja consistência e coerência entre o que está disposto no código de ética e o que se vive na organização. Se o código de conduta



de fato cumprir o seu papel, sem dúvida significará um diferencial que agregará valor à empresa.

Para WHITAKER (2007), “A boa empresa não é apenas aquela que apresenta lucro, mas a que também oferece um ambiente moralmente gratificante, em que as pessoas boas podem desenvolver seus conhecimentos especializados e também suas virtudes”.

A Ética é de cunho pessoal, estendendo-se ao profissional que representa o comportamento do indivíduo com atitudes e conduta que devem ser seguidas de acordo com as regras da instituição a qual faz parte, ou seja, é a conduta adequada do funcionário que se estende ao cliente e seus colegas de profissão.

Segundo LOPES DE SÁ (2001, p. 137): “A consideração ética, sendo relativa, também hoje se analisa do ponto de vista da necessidade de uma conduta de efeitos amplos, globais, mesmo diante de povos que possuem tradições e costumes diferentes”.

É possível identificar inúmeros itens para diagnosticar o profissional Ético no seu dia-a-dia, conforme abaixo:

- Certificar-se de que sua consciência foi bem formada;
- Seguir a voz da consciência;
- Não transgredir com seus princípios;
- Agir com liberdade e responsabilidade;
- Cercar-se de bons assessores;
- Desenvolver suas próprias competências e estabelecer planos estratégicos;
- Aglutinar e mobilizar pessoas, estimular iniciativas e novas idéias;
- Conquistar a confiança de seus colaboradores e investir no seu treinamento;
- Respeitar as pessoas, valorizando a dignidade de cada colaborador, cliente, fornecedor, concorrente, e todas as demais pessoas de seu círculo de relacionamentos.

Ao lidar com pessoas, é imprescindível considerar a dignidade da pessoa, facilitando e promovendo o seu crescimento integral. Não se pode considerar as pessoas como simples elementos de produção e geração de lucros, que estão a serviço da empresa. Ao contrário, a empresa ética torna-se um

instrumento do desenvolvimento econômico, a serviço da mulher e do homem integral, um campo riquíssimo de aperfeiçoamento da pessoa.

O empresário ético que tem visão de futuro investe na formação de seus colaboradores e conquista o comprometimento deles; lança desafios para que cresçam e se superem.

Por essa razão, muitas empresas de respeito empreendem um esforço organizado, a fim de encorajar a conduta ética entre seus empregados. Para tanto, implantam códigos de ética, reciclam o aprendizado de seus executivos e colaboradores, idealizam programas de treinamento, criam comitês de ética, capacitam líderes que percorrem os estabelecimentos da organização incentivando o desenvolvimento de um clima ético.

Para desincumbir-se de um compromisso de tamanha abrangência, não basta conhecer ética. Antes, é preciso acreditar na ética e viver eticamente.

Tratando-se especificamente de bancos, não há perversão em obter lucro, perverso é pensar apenas no lucro, em detrimento da excelência no sistema de atendimento ao cliente bancário.

### **3.2. Ética pessoal e Ética corporativa: limites e desafios**

Atualmente, a palavra ética tem se tornado uma expressão muito usada no cotidiano das pessoas, nas empresas e nas corporações, pela sua constante exposição pela mídia e pelos impactos promovidos por esta. Mas afinal de contas, que é a ética a que todos se referem? O que é ética corporativa? De que maneira a ética pessoal e a ética corporativa podem se interagir? Buscam-se respostas para estas questões para verificar se de fato entendemos o que é a ética e quais são algumas maneiras de aplicá-la.

Vivemos em uma sociedade onde temos liberdade de expressão e pensamento. A expressão de um indivíduo pode até ser contida, ao passo que o pensamento não pode ser censurado, pode somente ser influenciado.

Para GRIFFIN (1994, p. 120): “O executivo da teoria M sabe que diferentes trabalhadores têm diferentes motivações e que essas atitudes mudam

com o tempo. Sabe que todo trabalhador é um indivíduo e que cada um pensa de um modo e que trabalhar não é tão divertido para alguns como é para outros. Sabe que diferentes fatos pedem atitudes diferentes”.

Tais influências são provenientes do meio onde este indivíduo vive, da sua cultura, da sua educação, da sua interação com a sociedade, e de suas relações interpessoais.

A Ética adotada pode ser por ele mesmo modificada em razão da mudança de valores e parâmetros que a sustentava, assim sendo, o liberal do passado pode ser o conservador do futuro, e vice-versa. Um fato que é apreciado por mais de um telespectador, dificilmente será interpretado e valorado de forma idêntica por todos eles. Conforme diz o ditado “cada cabeça uma sentença”.

É um tanto complexo falar de Ética de uma empresa, seja ela qual for, pois se sabe que somente o ser humano pensa, empresa não pensa, portanto é necessário levar em consideração sempre a Ética pessoal, o indivíduo é ético ou não é. E a empresa é composta por este ser, que traz consigo sua cultura e seus conceitos, e estes é que serão aplicados ao profissional.

Acredita-se que por isso faz-se necessário à elaboração de um código de Ética, visto que os colaboradores de uma empresa devem seguir este manual, já que cada um tem impregnado seus princípios e conceitos pessoais, devendo apenas adequá-los ao seu trabalho na instituição.

A Ética funciona como uma bússola para um indivíduo, orientando-o a proceder conforme um juízo de valor pré-adotado por ele mesmo. A sua liberdade de pensamento cria no íntimo de sua consciência uma espécie de “laboratório privado”, onde situações passam por análises internas que visam moldar sua concepção sobre um determinado assunto.

Este molde é o seu ponto de vista, não necessariamente imutável e definitivo, pois a Ética de interpretá-lo vai depender da ótica que o indivíduo estiver adotando. Em se tratando de limites no campo da ética pessoal, podemos citar o respeito que devemos ter à Ética adotada pelo próximo, o respeito à dignidade humana e aos princípios de cada cultura.

Temos que estar sempre atentos para não invadirmos a liberdade do próximo, pois o que pode estar certo para um pode não estar certo para outro.

Segundo ARISTÓTELES (1998, p. 5):

(...) o homem é um animal cívico, mais social do que as abelhas e os outros animais que vivem juntos. (...): nós, porém, temos a mais, senão o conhecimento desenvolvido, pelo menos o sentimento obscuro do bem e do mal, do útil e do nocivo, do justo e do injusto, (...).

A Ética corporativa por sua vez, abraça a idéia de coletividade.

A busca pela Ética nas empresas também impõe limites: a empresa realmente está adotando uma postura ética ou está apenas fazendo um trabalho de *marketing*? Poderíamos citar inúmeros exemplos de empresas que ajudam a sociedade nos mais variados programas, mas muitas vezes isso acaba sendo uma simples ação de seu interesse próprio e não um trabalho social. Por outro lado, podemos dizer que algumas empresas de fato apresentam uma boa conduta, estando preocupadas com a disposição correta de resíduos gerados por seus processos produtivos, na verificação de se os produtos que vem desenvolvendo podem ser nocivos ao ser humano e ao meio ambiente, entre outros. Isso caracteriza corporações que dão exemplos à comunidade e aos seus colaboradores do que é ter boa conduta Ética.

Uma das conseqüências positivas desta boa conduta, é que essas pessoas, ao incorporarem a imagem correta de Ética, estenderão esses conceitos para dentro de suas casas e continuarão dando bons exemplos para a vizinhança próxima. Quando tratamos de corporações éticas, podemos usar a jargão “o exemplo deve vir de cima”.

Se os superiores não realizarem suas atividades dentro dos padrões morais da sociedade, como eles poderão exigir que seus funcionários façam o mesmo? Este é um dos desafios que as corporações precisam enfrentar.

É necessário que os seus superiores sejam exemplos, referências de boa índole, para que desse modo os membros da corporação entrem no princípio Ético da empresa.

Para ARISTÓTELES (1998, p. 35):

Em geral, são necessárias as mesmas virtudes nos que comandam e nos que obedecem, ou então outras? Se as mesmas qualidades lhes são necessárias, por que então o mando cabe a um e a obediência a outro? A diferença entre os dois não é do mais para o menos, mas sim específica e produz efeitos essencialmente diversos.

Um dos objetivos do código de ética é garantir a homogeneidade para tratar de questões específicas, pois nem todas as censuras aplicadas a um valem para outro, já que existe discriminação entre o alto escalão e o subalterno dentro das empresas.

Dentro desses conceitos, como definir se uma pessoa é ética? Como definir se uma corporação é ética? O que mencionamos pode criar indivíduos e corporações éticas? A única certeza que podemos ter é a de que uma solução ideal não existe.

Não há como criar uma cartilha especificando o que as pessoas devem ou não fazer no âmbito pessoal. Já no âmbito corporativo, podemos tentar realizar algo nesse sentido, com a criação do “código de ética”, por exemplo. Fica claro que a empresa torna-se ética perante a sociedade com as ações que citamos anteriormente, mas é necessário que as pessoas dentro dela possuam princípios e valores, que respeitem umas as outras e que saibam conviver em harmonia, sabendo separar, através dos princípios e valores da corporação, o que é certo e o que é errado para o bem de todos que trabalham naquele ambiente, bem como da instituição, pois é o indivíduo que a representa.

É a interação entre a ética pessoal e corporativa.

Estas entre tantas outras questões, devem ser pensadas e refletidas, a respeito da ética perfeita que se tem em teoria, mas que na prática não funciona da mesma maneira. Os limites e desafios de fato existem, mas há que se buscar uma convergência ética pessoal e corporativa verdadeira para que as empresas não sofram os mesmos “efeitos colaterais” que empresas sofreram no passado.

### **3.3 As pessoas querem ser éticas. E as empresas?**

De modo muito simples e resumido pode-se afirmar que é ético aquele que, livremente, com a consciência bem formada, responsabilidade e reta intenção, aplica a inteligência na procura da verdade e a vontade na busca do bem, em todas as circunstâncias. Nessa definição está a referência, o parâmetro da pessoa ética e pode-se dizer que existem muitas pessoas que se esforçam por atingir essa meta.

A fonte da Ética é a própria realidade humana, o ambiente em que se vive. Desta forma, o ambiente de trabalho, no qual se convive grande parte do dia, se desenvolve em uma sucessão de escolhas para tomadas de decisões e de práticas de virtudes, que nada mais são do que os valores transformados em ação.

A credibilidade de uma instituição é o reflexo da prática efetiva de valores como a integridade, honestidade, transparência, qualidade do produto, eficiência do serviço, respeito ao consumidor, entre outros.

Portanto, que quando se fala em empresa ética, quer-se dizer que as pessoas que nela trabalham são éticas e buscam a excelência.

Que os princípios e valores eleitos pelos seus fundadores e que impregnam a cultura da organização são éticos. Que os seus colaboradores, desde a alta administração até o último contratado, zelam pela conduta ética, e procuram exercer a liberdade com responsabilidade, tanto no seu relacionamento interno, como com o público externo.

Em suma, as pessoas são éticas; a empresa é uma pessoa jurídica, uma ficção de direito que, como se disse, refletirá a conduta daqueles que a representam. Assim, o comportamento interno e externo dos funcionários do Banco do Brasil S/A, irá refletir a imagem da empresa perante seus clientes, fornecedores, acionistas e a sociedade em geral.

Assunto este, que será tratado no capítulo seguinte.

## 4. ÉTICA NAS NEGOCIAÇÕES BANCÁRIAS: AGÊNCIA OXFORD

### 4.1. Ética e conduta profissional

Os líderes empresariais perceberam que a ética passou a ser um fator de competitividade. Por isso é crescente a preocupação, entre os empresários brasileiros, com a adoção de padrões éticos para suas organizações.

Sem dúvida, os integrantes dessas organizações serão analisados através do comportamento e das ações por eles praticadas, tendo como base um conjunto de princípios e valores.

Da mesma forma que o indivíduo é analisado pelos seus atos, as empresas (que são formadas por indivíduos) passaram a ter sua conduta mais controlada e analisada, sobretudo após a edição de leis que visam à defesa de interesses coletivos.

Em conseqüência, se a ética de conduta das pessoas cabe a indagação sobre que tipos de empresas são mais vulneráveis às fraudes e problemas éticos, se as pequenas ou as grandes.

Cada ser humano desenvolve um papel na sociedade. São as convicções e comportamentos das pessoas, que conduzidas pela sua consciência, bem ou mal formada, praticarão condutas éticas ou antiéticas. Qualquer um de nós está sujeito às fraquezas humanas e, portanto, torna-se um imperativo a manutenção de um esforço diário para a prática do bem.

Segundo WRIGHT (2000, p. 120):

Um segundo modo de considerar a ética também envolve o conceito de interesse próprio, mas em um sentido mais amplo. Nessa perspectiva, se um indivíduo sempre promove seus próprios interesses em detrimento dos interesses dos outros, por fim acabará sendo isolado por eles. Crianças egoístas acabam ficando sem companheiros para brincar, assim como administradores egoístas são incapazes de garantir de forma plena a cooperação de seus funcionários, pares e supervisores. Assim, os indivíduos devem se preocupar com o bem-estar dos outros porque isso, a longo prazo, serve a seus próprios interesses.

Assim, o problema não é das pequenas ou grandes empresas, mas das pessoas que integram as grandes e pequenas empresas.

Daí o motivo de muitas empresas terem adotado elevados padrões pessoais de conduta para seleção de seus empregados, cientes de que, atualmente, a integridade nos negócios exige profissionais altamente capazes de conciliar princípios pessoais e valores empresariais.

Já passou a era onde o compromisso da empresa estava restrito em gerar lucro para os acionistas, O Banco do Brasil S/A, com a instituição do seu código de ética, demonstra a sociedade que esta dentro dos padrões éticos exigidos pela sociedade. Mantendo a finalidade econômica para com os *Stakeholders* e cumprindo com os deveres sociais.

#### **4.2. Código de ética do Banco do Brasil**

O código de ética do Banco do Brasil reflete a cultura da Instituição e o comportamento de seus funcionários para com seus colegas de profissão e seus clientes. Os princípios éticos orientam a atuação e fundamentam a imagem de Organização sólida, respeitável, confiável e íntegra na execução de suas atividades em favor do funcionário, do cliente e dos *Stakeholders*, sem que isso represente diminuição nas oportunidades de negócios de cada agência bancária, ao contrario, demonstra claramente seus objetivos e sua responsabilidade com a sociedade e seus membros.

A finalidade deste Código é zelar pelos valores do Banco do Brasil S/A, primando pela postura de idoneidade e resgatando a importância da valorização e do bom relacionamento com seus Funcionários, Clientes, Acionistas, Comunidade, Governo, Parceiros, Fornecedores, Concorrentes, Mídia, Associações e Entidades de classe.

Este Código dissemina e compartilha os valores éticos, tanto no âmbito interno como externo, norteia o exercício da profissão de forma responsável. Os profissionais contratados pautam seus comportamentos seguindo os princípios deste código.



O Banco do Brasil S/A reconhece e aceita a diversidade das pessoas que integram e que interagem com a organização com imparcialidade e civilidade que deve existir em cada relação, tanto interna como externa de forma a manter a confiança e credibilidade da organização.

Os funcionários do Banco do Brasil S/A conduzem suas atitudes profissional e pessoal, de acordo com as regras deste código, que baseiam-se, na transparência, justiça, respeito e igualdade.

As atitudes do banco são pautadas pelo sigilo, confiança, lealdade, integridade e respeito à valorização do indivíduo. O Banco do Brasil S/A repudia atitudes preconceituosas como: raça, classe social, sexo, crença, cor, deficiência física ou quaisquer outros preconceitos discriminatórios.

O Código de Ética normatizado pelo Banco do Brasil S/A, tem seus valores e princípios éticos sem distinção de cargo ou funcionário, sendo de responsabilidade destes manter a ética dentro e fora da organização.

É de responsabilidade dos funcionários sem distinção de cargo, zelar pela imagem de idoneidade, tanto da instituição como de seus colegas de profissão, bem como respeitar opiniões e crenças alheias, pois suas atitudes refletem na comunidade e por consequência na sociedade.

Mas cabe a instituição informar claramente seus valores e que estes venham ao encontro com as necessidades de seus funcionários para que haja comprometimento e afinco nas atividades internas e externas.

### **4.3. Consolidação da pesquisa**

A coleta de dados foi feita a partir de entrevistas semi-estruturadas e focadas aos objetivos propostos no estudo. Os sujeitos da pesquisa que forneceram as informações fazem parte do quadro de funcionários da Agência de Oxford, sendo um gerente geral, três gerentes de módulo, três assistentes de negócio e três escriturários.

A entrevista foi elaborada de tal forma que pudesse explorar, na visão dos funcionários, a aplicabilidade do Código de Ética na agência.

Questionados sobre o conhecimento e aplicabilidade do Código de Ética, as respostas foram que desde o ingresso de novo funcionário este já deve inteirar-se do Código de Ética no curso preparatório, viabilizando o seguimento das normas difundidas pelo banco, demonstrando assim, que todos que fazem parte do quadro de funcionários anteriores ao Código, bem como, os ingressantes conhecem e aplicam o referido Código, gerando para a sociedade e para os *Stakeholders* confiabilidade e credibilidade nas atividades da instituição.

Os procedimentos nas relações internas e externas são praticados de acordo com o Código de Ética do banco. Observa-se o que dispõe o Código em relação aos seus clientes, ou seja, os produtos são comercializados com honestidade e transparência. Segundo um entrevistado sobre a omissão de fatos diante da oportunidade de vender um produto ou serviço:

“O cliente deve saber o que está comprando. Coloco-me no lado do cliente. Se isso frustra a venda ...” (relato de entrevista).

O Banco do Brasil impõe metas a serem atingidas pelos funcionários. Dentro deste contexto a comercialização dos produtos nem sempre é clara, ou seja, na venda é informado as vantagens do produto, mas não é elencando os pontos fracos, limitando-se a responder aos questionamentos feito pelo cliente, isto em função de tentar vender o produto para atingir a meta do Banco.

“Na tentativa de efetivar a venda, temos a cultura de demonstrar as vantagens do produto, raramente elencando os pontos fracos do mesmo” (relato de entrevista).

O Código de Ética do banco fala em transparência com o cliente, mas diante do exposto, há transparência? Acredita-se que o conceito de ética nem sempre é o mesmo para todos os funcionários, afinal para alguns, omitir não é ser anti-ético e sim buscar atingir os objetivos e metas da agência, outros relatam que deve haver transparência para que haja continuidade dos negócios zelando pela qualidade e viabilidade econômica dos serviços prestados a sociedade.

As relações são pautadas pelo respeito, confiança, lealdade e justiça.

Questionou-se em relação a oportunidades de negócios com clientes de renda diferenciada para saber a postura do funcionário diante deste fato. As respostas foram variadas, a própria agência já faz esta distinção com segmentação dos clientes diferenciando os clientes. Alguns são atendidos de forma massificada outros de forma personalizada.

“Os atendimentos na instituição, são diferenciados, inclusive com segmentação dos clientes, fazendo com que o atendimento seja diferenciado” (relato de entrevista).

Este é um fator que não segue o Código de Ética, pois expressa a forma de atendimento sem distinção de raça, credo, cor, etc. Outros, havendo a perspectiva de venda dos produtos, diferenciam o cliente pela renda, dando prioridade ao cliente de renda mais elevada.

“Diferenciado porque o jeito e a forma no atendimento deve se adequar ao grau de instrução do cliente. Para os clientes de baixa renda uso palavras menos formais, mais coloquiais e para o cliente de renda elevada uso linguagem mais adequada a seu nível social” (relato de entrevista).

Ainda relacionado a este tema, um dos entrevistados declarou que:

“No primeiro instante não, mas sabendo do potencial de um e de outro, tento diferenciar o atendimento ao cliente com renda elevada, procurando vender meus produtos, além do que eventualmente o cliente deseja comprar” (relato de entrevista).

Isto posto, constata-se que não somente os funcionários mas também o Banco do Brasil no momento em que criou atendimento diferenciado, mesmo que seja para “facilitar” o atendimento quebrou as regras do Código de Ética.

Para o funcionário é primordial seguir o Código de Ética, embora em alguns momentos, diante de cobranças para atingir metas este não vê como quebrar as regras, apenas formas diferentes de atendimento para concretizar um negócio.

Caso a agência não consiga cumprir com as metas, os funcionários poderão ser penalizados, inúmeros benefícios surgem do atingimento das metas, como por exemplo a Participação no Lucro e Resultados – PLR, esta é uma forma de benefício, mas quando o funcionário que trabalha em cargo comissionado, além de não receber o benefício pode ainda perder a comissão.

Há ainda, entendimento diferenciado em relação ao Código de Ética pelos diferentes cargos que ocupam, cada área tem um ponto de vista. O gerente interpreta de uma maneira diferente do assistente de negócio, o assistente de negócio tem entendimento diferenciado do escriturário e assim por diante. Embora o Código de Ética seja um só para todos, a interpretação vem de acordo com a função e cultura de cada profissional. Todos primam pela eficiência e igualdade no atendimento, mas cada um dentro de suas crenças culturais, sociais e religiosas,

utilizando como parâmetro o referido código, garantindo assim, a permanência da instituição, bem como sua função econômica e social.

Ética é um tema que haverá discussão permanente, não esgotando o assunto neste trabalho, pois ela é questionável dentro do padrão moral e cultural de cada ser humano, restando para o Banco do Brasil manter um Código onde determine a conduta do profissional, já que o homem tende a agir de acordo com aquilo que acredita ser ético.

Para fechar este tópico, cito uma frase: “De tanto ver triunfar as nulidades, de tanto prosperar a desonra, de tanto ver agigantarem-se os poderes nas mãos dos maus, o homem chega a desanimar da virtude, a rir-se da honra, a ter vergonha de ser honesto...” (Rui Barbosa).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Banco do Brasil S/A, a maior instituição financeira da América Latina, percebendo as mudanças impostas às organizações e devido a grande diversidade de valores culturais existentes em seu quadro de funcionários instituiu o seu Código de Ética visando criar um padrão de comportamento. O Código de Ética do Banco do Brasil S/A vem reafirmar a contínua valorização dos preceitos éticos existentes na cultura da Organização, reconhecidos pela comunidade em seus quase 200 anos de existência.

A Ética de uma corporação é a maneira de como ela deve proceder em sociedade, e o que a define ou a constrói é a soma da Ética pessoal que a compõem. Sendo assim, a Ética corporativa é formada por indivíduos unidos por um fim comum de pensamentos e idéias, que possuem uma mesma concepção no modo de realizá-los, estando sujeitos a “regulamentos” que vão fornecer procedimentos adequados a serem seguidos.

A dimensão ética destingue-se em dois grandes planos de ação que são propostos como desafios às organizações: de um lado, em termos de projeção de seus valores, fala-se em empresa cidadã, no sentido de respeito ao meio ambiente, incentivando ao trabalho voluntário, realização de algum benefício para a comunidade, responsabilidade social e sustentabilidade.

De outro sob a perspectiva de seu público mais próximo, como funcionários, clientes, acionistas, empregados, colaboradores, fornecedores, envidam-se esforços para a criação de um sistema que assegure um modo ético de operar, sempre respeitando os princípios gerais da organização e os princípios do direito e da moral.

Segundo WHITAKER (2007):

Enquanto muitos executivos apenas vêem um modismo capaz de capitalizar benefícios ou dividendos, outros têm se desdobrado para criar um instrumento genuíno, com adesão voluntária de todos os integrantes da organização, incorporando de maneira natural e profissional os princípios éticos da instituição.

A adoção de um código de ética é uma ótima oportunidade de aumentar a integração entre os funcionários da empresa e estimular o comprometimento deles. Ademais, o código de ética permite a uniformização de critérios na empresa, dando respaldo para aqueles

que devem tomar decisões. Serve de parâmetro para a solução dos conflitos. Protege, de um lado, o trabalhador que se apóia na cultura da empresa refletida nas disposições do código. De outro lado, serve de respaldo para a empresa, por ocasião da solução de problemas de desvio de conduta de algum colaborador, acionista, fornecedor, ou outros.

O código de Ética do Banco do Brasil S/A foi criado pelo seu conselho de administração, recomendando aos seus funcionários exercer a profissão com honra, civilidade e aptidão, de acordo com a cultura da organização, normatizando a conduta de seus funcionários dentro dos padrões éticos estabelecidos, tendo como objetivo, o fortalecimento da imagem da organização.

Este estudo procurou identificar, como os funcionários do Banco do Brasil Agencia Oxford, aplicam em suas atividades diárias o Código de Ética. Quanto às informações obtidas com os funcionários do Banco do Brasil S/A na agência Oxford, foi possível constatar que a empresa está no caminho certo, seus funcionários percebem e reconhecem a importância do código de ética em sua conduta profissional. O compromisso ético com todos os funcionários está sendo respeitado e cumprido, há sempre que se evoluir, o comportamento ético deve ser constante. Este é o caminho para o sucesso pessoal e profissional.

Embora haja alguma divergência no entendimento em relação ao código de ética entre os funcionários, percebe-se que todos a sua maneira tentam contribuir para elevar o nome da instituição junto aos seus clientes, fornecedores e a sociedade. O Código de Ética é padrão, mas o ser humano está exposto a uma diversidade de valores culturais tendo que adequar seu entendimento.

Empresas despreocupadas com a ética enfrentam situações que em apenas um dia, destroem a imagem que levou anos para ser conquistada.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARISTÓTELES. Ética a Nicômacos. Tradução de Mário da Gama Kury. 3. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1999.

\_\_\_\_\_. A política. Trad. Roberto Leal Ferreira. 2ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

\_\_\_\_\_. A ética. Trad. Cássio M. Fonseca. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1965.

CRUZ, Paulo Márcio. Política, poder, ideologia e estado contemporâneo. Florianópolis: Diploma Legal, 2001.

<http://www.eticaempresarial.com.br/eticanegocios.asp> Ética empresarial Acesso em 16 ago. 2007.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Olanda. Novo dicionário da língua portuguesa. Rio de Janeiro. Nova fronteira, 1985.

GRIFFIN, Gerald R., Maquiavel na administração: como jogar e ganhar o jogo do poder na empresa. São Paulo. Atlas, 1994.

KANT, Emmanuel. A filosofia crítica de Kant. Trad. Maria Helena Senise, Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1968.

LOPES DE SÁ, Antônio. Ética profissional São Paulo: Atlas, 2001.

NASH, Laura L. Ética nas empresas. São Paulo. Makron books, 2001.

PASOLD, Cesar Luiz. Personalidade e Comunicação. Florianópolis: Plus Saber Editora, 2002.

PASOLD, César Luiz. O advogado e a advocacia. 3 ed. Florianópolis: OAB/SC Editora, 2001.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. Projetos de estágio e de pesquisa em administração. 3 ed. São Paulo. Atlas, 2005.

VÁZQUEZ, Adolfo Sánchez. Ética. 15 ed., Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

WRIGHT, Peter L., KROLL, Mark J., PARNELL, John. Estratégica: Conceitos. São Paulo. Atlas, 2000.

WHITAKER, Maria do Carmo. Evolução do conceito de ética nos negócios e nas empresas. Disponível em: <<http://www.eticaempresarial.com.br/eticanegocios.asp>>. Acesso em: 02 ago. 2007.

**ANEXOS**



## QUESTIONÁRIO

Utilizado para auxiliar a entrevista na agência de Oxford.

1) Você conhece o Código de Ética do Banco do Brasil?

sim  não

Justifique sua resposta:

2) O Banco do Brasil respeita a privacidade dos funcionários?

sim  não

Justifique sua resposta:

3) Num atendimento que você tem oportunidade de vender um produto ou serviço, você omite informações ao cliente que possam prejudicar a venda, mesmo isto sendo em desacordo com as normas éticas do banco?

sim  não

Justifique sua resposta:

4) Diante de uma oportunidade de negócios com dois clientes, sendo um de baixa renda e outro de renda elevada, qual sua postura? Seu atendimento é diferenciado?

sim  não

Justifique sua resposta:

5) Você aplica o Código de Ética? Como ele auxilia você nas negociações da agência?

sim  não

Justifique sua resposta:

6) Você condiciona a liberação de algum financiamento/empréstimo a venda de algum produto ao cliente?

sim  não

Justifique sua resposta:

## **CÓDIGO DE ÉTICA BANCO DO BRASIL**

### **1. Funcionários**

1.1 O Banco do Brasil e seus funcionários reconhecem e aceitam a diversidade das pessoas que integram a Organização. Pautam suas relações pela confiança, lealdade e justiça.

1.2 Valorizam o processo de comunicação interna de maneira a disseminar as informações relevantes ligadas aos negócios e às decisões corporativas. Preservam o sigilo e a segurança das informações.

1.3 Compartilham aspirações de desenvolvimento profissional, reconhecimento do desempenho e zelo pela qualidade de vida dos funcionários.

1.4 Os funcionários preservam o patrimônio, a imagem e os interesses da Organização.

### **2. Clientes**

2.1 O Banco do Brasil e seus funcionários comercializam os produtos e serviços da Organização com honestidade e transparência.

2.2 Relacionam-se com clientes idôneos, oferecem-lhes tratamento digno e cortês e respeitam seus direitos de consumidor.

2.3 Prestam orientações e informações claras, confiáveis e tempestivas, para permitir aos clientes a melhor decisão nos negócios. Preservam o sigilo das informações.

2.4 São receptivos às opiniões da clientela e as consideram para a melhoria do atendimento, dos produtos e dos serviços.

### **3. Acionistas**

3.1 O Banco do Brasil é transparente em suas políticas e diretrizes, na distribuição de dividendos e nos demonstrativos da situação econômico-financeira. É ágil e fidedigno no fornecimento de informações aos acionistas.

3.2 É proativo na disposição de informações ao Mercado, de maneira a minimizar rumores e especulações.

3.3 Administra seus negócios com independência e boa técnica bancária, com vistas a fortalecer sua situação financeira e zelar por sua imagem e pelo patrimônio dos acionistas.

## **4. Comunidade**

4.1 O Banco do Brasil e seus funcionários defendem os direitos humanos, os princípios de justiça social e o ecossistema.

4.2 Respeitam os valores culturais e reconhecem a importância das comunidades para o sucesso da Empresa, bem como a necessidade de retribuir à sociedade parcela do valor agregado aos negócios. Apóiam ações desenvolvimentistas e participam de empreendimentos direcionados à melhoria das condições sociais da população.

## **5. Governo**

5.1 O Banco do Brasil, na condição de principal agente financeiro da União, atua como efetivo parceiro do Governo na implementação de políticas, projetos e programas socioeconômicos voltados para o desenvolvimento do País.

5.2 Articula os interesses e as necessidades da Administração Pública com os vários segmentos econômicos da sociedade.

5.3 Antecipa-se e oferece, com inovação e qualidade, produtos, serviços e informações para o atendimento das necessidades dos integrantes da cadeia produtiva do Mercado Governo.

5.4 É fidedigno e tempestivo nas informações e obedece aos princípios de legalidade, impessoalidade, publicidade e eficiência, próprios da Administração Pública.

## **6. Parceiros**

6.1 O Banco do Brasil e as empresas associadas à sua marca compartilham os valores de integridade, idoneidade, respeito às comunidades nas quais se inserem e aos direitos do consumidor.

6.2 Zelam mutuamente pelas suas imagens, pelos interesses comuns e compromissos acordados.

## **7. Fornecedores**

7.1 O Banco do Brasil e seus funcionários se relacionam com prestadores de serviços e fornecedores idôneos. Adotam processos de contratação imparciais e transparentes, zelando pela qualidade e viabilidade econômica dos serviços contratados e dos produtos adquiridos.

7.2 Os profissionais contratados pautam seus comportamentos pelos princípios deste Código de Ética.

## **8. Concorrentes**

8.1 O Banco do Brasil e seus funcionários mantêm civilidade no relacionamento com a concorrência.

8.2 Obtêm informações de maneira lícita e transparente e preservam o sigilo daquelas fornecidas pelos concorrentes.

8.3 Quando solicitados, dispõem informações fidedignas, por meio de fontes autorizadas.

## **9. Mídia**

9.1 O Banco do Brasil mantém atitude independente e respeitosa no relacionamento com a mídia.

9.2 Presta informações claras e tempestivas de caráter societário e de fatos relevantes aos clientes, à comunidade de investidores, à imprensa e ao público em geral, por meio de fontes autorizadas.

9.3 O Banco do Brasil legitima os funcionários que o representam nas relações com a mídia.

## **10. Associações e Entidades de Classe**

10.1 O Banco do Brasil reconhece a legitimidade das Associações e Entidades de Classe e prioriza a via negocial na resolução de conflitos de interesses.

10.2 Apóia iniciativas que resultem em benefícios e melhoria da qualidade de vida dos funcionários e seus familiares.