

A Responsabilidade Social Corporativa nos Informes Empresariais do Setor de Telecomunicações em 2004: uma análise exploratória e documental

Autores: Simone Luiza Fiório, Sylvania Neris Nossa, Rosilda Aparecida da Costa e Antonio Nunes Pereira

RESUMO

O objetivo deste artigo é investigar quais foram os tipos de informes utilizados pelas empresas de telecomunicações do Brasil para evidenciar as práticas de responsabilidade social corporativa (RSC) em 2004. Assim delineou-se uma pesquisa exploratória focada em levantamento bibliográfico de fontes nacionais e internacionais e análise empírica dos informes empresariais. Utilizou-se da relação das 35 (trinta e cinco) maiores empresas de telecomunicações disponibilizadas pela Revista Exame na edição de 2005. Na seqüência procedeu-se a uma análise de conteúdo das informações sobre a RSC por meio de seus portais eletrônicos na rede mundial de computadores. Do total de 35 (trinta e cinco) empresas selecionadas, não foi possível localizar informações de 5 (cinco) delas. Contudo, das 30 empresas analisadas, observou-se práticas não-uniformes e concomitantes para evidenciar a RSC. Os resultados da pesquisa sugerem que 77% evidenciaram a responsabilidade social em notas explicativas, 53% divulgaram o compromisso social por meio do relatório da administração, 27% por meio do balanço social; e 10% desenvolveram seus próprios informes sociais, denominando-os de relatório de responsabilidade social e relatório de compromisso social.

Palavras-chave: responsabilidade social corporativa, informes empresariais, balanço social, transparência das informações sociais.

1. INTRODUÇÃO

Esta seção apresenta os antecedentes, problema e os referencias metodológicos para a realização da pesquisa.

1.1 Antecedentes Sociais de *Accountability* do Problema

As práticas de responsabilidade social corporativa (RSC) são facilmente observáveis pela sua divulgação na sociedade moderna. O indivíduo comum pode tomar conhecimento delas através de noticiário, propaganda institucional, relações de consumo e, de forma reiterada nos últimos anos, nos relatórios contábeis. Empresas apresentam estratégia costurada com a RSC. Parece que a RSC chegou com contundência tal que mesmo espaços antes ocupados apenas por cifras monetárias, são compartilhados com as informações da contribuição social das empresas.

Por estar a contabilidade incluída na sociedade como ciência social aplicada, acaba por se envolver com a demanda de prestação de contas e transparência (*accountability*) apresentada pelos diversos agentes sociais e assim se vê na responsabilidade de atender a tal demanda, uma vez que neste sentido a Contabilidade detém um banco de dados capaz de gerar informação útil para os *stakeholders* sobre a responsabilidade social corporativa.

A sociedade precisa, segundo Ribeiro e Lisboa (1999, p. 1), da empresa tanto quanto a empresa precisa da sociedade, uma vez que a empresa depende do aval da sociedade para

instalar-se em determinadas áreas. Em muitos casos, por exemplo, vilas e até municípios são desenvolvidos para atender à demanda empregatícia em determinados segmentos.

Se a transparência da RSC se manifesta na prática de elaboração de informes contábeis, seria esperado um estímulo adicional da regulação para levar a público a contribuição social da empresa. Nesse sentido, a CVM em seu parecer nº 15/87 já recomendava há mais de 15 (anos) a divulgação de alguns itens no Relatório da Administração e dentre os itens cita: recursos humanos e proteção ao meio ambiente.

Recursos Humanos - devem ser indicados: a quantidade de empregados no encerramento do exercício (o ideal é a quantidade média) e sua rotação (*turnover*) nos períodos reportados; divisão da mão-de-obra conforme a localização geográfica; nível educacional; investimentos em treinamentos; fundos de seguridade ou outros planos sociais. Em suma, devem ser divulgados os aspectos relevantes à área de pessoal para efeito de análise do desempenho da companhia (FIECAFI, 2003, p. 458).

Proteção ao Meio Ambiente – pelo fato de as discussões virem desenvolvendo-se de forma cada vez mais acertada, este item passa a ser significativo em termos de divulgação. Para isto, deve ser feita uma descrição dos investimentos efetuados, mencionando-se o objetivo das inversões e respectivo valor dos gastos envolvidos para controle do meio ambiente (gastos com purificação de dejetos, de gases etc.) (FIECAFI, 2003, p. 458).

A RSC além de ter grande receptividade em empresas e reguladores brasileiros é um debate de relevância em âmbito internacional. Essa visão é factível a medida que a própria Organização das Nações Unidas (ONU) se ocupou em estudar e propor soluções para a evidenciação de forma transparente da responsabilidade social corporativa, sintetizada a seguir:

A preocupação sobre o impacto empresarial na sociedade é universal. As expectativas de consumidores, empregados, investidores, parceiros comerciais e comunidades locais como pressupostos para os negócios estão crescendo. Diretivas, princípios e códigos são desenvolvidos para uma conduta amplamente desejável por toda sociedade mundial¹ *tradução livre* (ONU, 2004, p. 4).

Assim, numa visão de crescente importância da publicação da transparência das práticas de RSC pela sociedade perspectiva nacional e internacional indaga-se: **quais foram os tipos de informes utilizados pelas empresas de telecomunicações do Brasil para evidenciação das práticas de responsabilidade social em 2004?**

A priori para auxiliar na satisfação do problema supõe-se que o Balanço Social seja a forma reiterada e predominante na maneira de evidenciar as informações de responsabilidade social para o setor de telecomunicações do Brasil em 2004.

1.2 Aspectos Metodológicos

O presente trabalho, trata-se de uma pesquisa exploratória, que segundo Sellitz et al (1967) *apud* Gil (2002, p. 42) “estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torna-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições”, assim iniciou-se com um amplo levantamento bibliográfico, por meio de fontes como: livros, artigos científicos, dissertações, teses, *internet*, *journals* e

revistas, buscando conceituar, contextualizar e evidenciar a responsabilidade social corporativa e em particular no setor de telecomunicações.

O levantamento bibliográfico “é desenvolvido como base em material já elaborado constituído principalmente por livros e artigos científicos” (GIL, 2002, p. 44).

Procurando responder à questão problema, buscou-se junto à Revista Exame, Melhores e Maiores, edição 2005, as maiores empresas de telecomunicação, dentre as 1000 maiores empresas classificadas com base nas vendas. Foram identificadas as 35 maiores empresas de telecomunicações (EXAME, 2005, p. 52-71 e 96-150). A partir desta seleção acessou-se os *sites* das mesmas para proceder a pesquisa documental, porém, conforme Apêndice 1, não foi possível investigar 5 empresas, uma vez que a página eletrônica das mesmas não estava disponível, logo o objeto da pesquisa foi reduzido para 30 empresas.

A pesquisa documental, conforme Gil (2002, p. 45), assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos de pesquisa.

Na seqüência buscou-se meios de acessar as demonstrações que poderiam evidenciar as informações sociais, conforme parecer 15/87 da CVM *apud* FIPECAFI (2003, P. 458) vinculadas à responsabilidade social das empresas listadas.

Logo se passou a verificar junto às Notas Explicativas, Relatórios da Administração, Balanço Social e outras demonstrações que possivelmente trariam em seu conteúdo informações sobre a responsabilidade social das empresas pesquisadas. Na seqüência procedeu-se à coleta de dados, e à sua análise, pois de acordo com Triviños (1987, p. 137) “a Coleta de Dados num instante deixa de ser tal e é Análise de Dados, e esta, em seguida, é veículo para nova busca de informações”.

Desse modo se transformou dados qualitativos que constam em Notas Explicativas, Relatórios da Administração, Balanço Social e outras demonstrações das empresas de telecomunicações em dados quantitativos, para inferir, analisar e concluir a pesquisa.

2. DESENVOLVIMENTO

Não é a hostilidade às empresas que explica as exigências em relação à responsabilidade social. Pelo contrário, é o sucesso do sistema empresarial que leva a novas e muitas vezes exageradas expectativas. As exigências relativas às responsabilidades social constituem o preço do sucesso.

(Peter Drucker, 2003, p. 325)

Neste capítulo são abordados aspectos conceituais, acadêmicos, regulatórios sobre a responsabilidade social corporativa e sua divulgação (*disclosure*) com foco na prática de evidenciação do Setor de Telecomunicações do Brasil em 2004. Uma vez que um público amplo demanda informações transparentes sobre a RSC é oportuno precisar conceitos, práticas e sintetizar fatos históricos que propiciam antecipar um viés moderno da contabilidade em atender públicos amplos, além do investidor e os financiadores.

2.1 Responsabilidade Social Corporativa (RSC) Em Evidência

As mudanças econômicas ocorridas nas últimas décadas levantaram diversas questões que antes não se mostravam preocupantes, mas que desde os primórdios acompanham as organizações como é o caso do tema Responsabilidade Social e sua divulgação. Ramanathan (1976) em seu artigo vislumbrou ainda em 1976, a perspectiva da contabilidade social corporativa ao desenvolver sua pesquisa.

Segundo Ramanathan (1976, p. 517), historicamente, a teoria e prática da contabilidade se relacionam nas seguintes áreas: estrutura dos objetivos, avaliação conceitual, metodologia de mensuração e padrões de relatórios. Neste sentido Ramanathan (1976, p. 517) afirmou que havia fortes razões para acreditar que a evolução da contabilidade social seguiria o mesmo curso.

À época já existia um considerável debate sobre as ações corporativas, se constituiriam ou não um comportamento corporativo socialmente responsável (RAMANATHAN, 1976, p. 518). Em seu estudo Ramanathan (1976, p. 519) definiu a proposta da contabilidade social, como a de ajudar a estimar quão bem a firma está cumprindo com sua parte no contrato social. Na seqüência apresentou a definição de contabilidade social propondo três objetivos, e o conceito de: transações sociais, retornos sociais, renda social, ativos líquidos sociais dentre outros conceitos aplicados à contabilidade social. Assim pode-se afirmar que o autor já estava em direção à teoria da contabilidade social corporativa.

A preocupação com este tema, segundo Tinoco (2001 p. 22) tornou-se relevante a partir, principalmente, de 1950, período no qual “certas estruturas organizacionais provocaram insatisfação, que conduziu à contestação, muitas vezes violenta, contra alguns grandes grupos multinacionais”.

Frederick (1994) e Wood (1991) *apud* Black e Härtel (2003, p. 126) definem que a responsabilidade social tem sido descrita como a capacidade para uma organização responder à pressão social, usando processos tais como avaliações ambientais, gerenciamento de partes interessadas e gerenciamento de questões. Ashley (2002, p. 6) corroborando com Frederick (1994) e Wood (1991) *apud* Black e Härtel (2003) afirma que responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter com a sociedade agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei (ASHLEY, 2002, p. 6).

Em relação ao conceito de responsabilidade social corporativa Ashley, Coutinho e Tomei (2000) concluíram que requer, para a sua construção teórica e aplicação prática, a sua incorporação à orientação estratégica da empresa refletida em desafios éticos para as diferentes dimensões do negócio.

Logo, visitadas algumas definições de RSC, pode-se observar que o conceito possui diferentes abordagens, mas o foco parece ser convergente no sentido do engajamento institucional da firma rumo aos problemas e dilemas sociais. As visões destacam a relevância da ação frente ao discurso e de um atendimento muito além das fronteiras do negócio. A RSC chega a estar visceralmente dimensionada na empresa à medida que atinge a atitude estratégica orientada para públicos distintos e se transforma em ação. Longe de filantropia, obrigação regulatória, parece melhor esclarecer a moderna visão de RSC:

essa nova concepção da responsabilidade social já não pergunta quais são as limitações da empresa, ou que ela deveria estar fazendo em favor daqueles que se encontram sob sua autoridade imediata. Ela exige que as empresas assumam responsabilidade em relação aos problemas sociais, às questões sociais e às metas políticas e sociais, bem como passem a ser guardiãs da consciência social e as solucionadoras dos problemas sociais (DRUCKER, 2003, p. 324).

Complementa Pena (2003, p.1) que “uma empresa socialmente responsável não significa que ela seja uma empresa ética, nos termos do modelo apresentado de *Business Ethics*. Concluiu ainda que a relação entre *Business Ethics* e responsabilidade social é necessária, sendo que a recíproca não é verdadeira”.

De acordo com Tinoco (2001, p. 134), no Brasil a responsabilidade social começou a ser incorporada a partir, principalmente, da década de 1970, com a iniciativa da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas – ADCE.

Por que o interesse das empresas em evidenciar sua responsabilidade social? Neste sentido Machado e Lage (2002), Brennan (2002) *apud* Douglas, Doris e Johnson (2004), Fonbrun e Shanley (1990) *apud* Olitzky, Schmidt e Rynes (2004) observaram em seus estudos que fatores como: fidelidade dos clientes; simpatia da sociedade; e melhoria da imagem da empresa, diante dos funcionários, fornecedores, órgãos governamentais etc, que podem refletir positivamente sobre as instituições empenhadas nas questões da responsabilidade social corporativa.

Portanto, as organizações ao exercerem a responsabilidade social procuram a melhor forma para evidenciar tal ação, necessitando para isso de informes capazes de demonstrar esta atitude. Um exemplo clássico seria o Balanço Social abordado a seguir.

2.2 Balanço Social: Reportando a Responsabilidade Social Corporativa

O Balanço Social, inquestionavelmente é uma demonstração sócio-contábil que conquistou relevância nos contextos acadêmicos e empresariais principalmente nos últimos 10 (dez) anos. Seja por ativismos individual e institucional esse demonstrativo no Brasil tão demandado pela sociedade moderna recebeu contribuições teóricas e práticas de grupos de indivíduos nacionais e estrangeiros que serão explorados a seguir.

Freire e Rebouças (2001, p. 69) defendem “que o Balanço Social pode ser considerado como um demonstrativo técnico-gerencial que engloba um conjunto de informações sociais da empresa”. Assim os agentes econômicos podem visualizar as ações de tais empresas em programas sociais. Neste sentido, os agentes e as respectivas informações seriam: os empregados (salários e benefícios); entidades de classe (associações e sindicatos); governo (impostos); e Cidadania (parques, praças, meio-ambiente, etc.). Corroborando com esta proposta, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE (2005, p. 1) defende também que o balanço social:

é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. É também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

No que se refere à nomenclatura do “balanço social”, Martins (2004, p. 102) ressalta que o balanço social deve se chamar “**Demonstração das Ações de Responsabilidade**

Social”, por ser esta a expressão mais apropriada devido “à sua finalidade que é a de **demonstrar** a forma como são praticadas as ações sociais” (MARTINS, 2004, p. 102).

A elaboração do balanço social internacionalmente iniciou com movimentos populares e obteve reforço regulatório nos países europeus continentais. A elaboração do demonstrativo começou na década de 60 nos Estados Unidos da América e na Europa, especialmente na França, na Alemanha e na Inglaterra (TINOCO, 2001, p. 125). O demonstrativo ganhou inicialmente status social segundo Tinoco (2001, p. 126) a partir dos ativismos da população no período da guerra do Vietnã. Em especial as empresas que estavam envolvidas com a fabricação de armamentos de guerra passaram ser observadas e serem demandadas informacionalmente por ativistas e indivíduos. Em 1977 “as empresas privadas e públicas, com mais de 299 empregados” foram obrigadas a publicar o balanço social na França inaugurando uma fase regulatória deste demonstrativo. (FREIRE e REBOUÇAS, 2001, p. 72).

Os modelos propostos do BS apresentam pequenas diferenças, mas têm em comum a abordagem de aspectos internos e externos à empresa, por meio de tal demonstração está prevista a divulgação de informações econômicas, sociais e ambientais, por meio do balanço social.

O estudo selecionou 4 (quatro) instituições empenhadas no debate da evidenciação do desempenho social, por meio do balanço social. Embora convergentes em seus objetivos, o modelo de balanço social geralmente apresenta pequenas diferenças e enfoques em função das instituições patrocinadoras. Nesse sentido, cabe citá-las:

- IBASE: elaborado em 1997, abrange as vertentes: ambiental, social e recursos humanos (IBASE, 2005);
- *Global Reporting Initiative (GRI)*: criado em 1997, pela ONG “Ceres (*Coalition for Environmentally Responsible Economies* – Colisão com Economias Ambientalmente responsáveis) e do Pnuma (Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente)” (GRI, 2004, p. 5), tem como propósito melhorar a qualidade, o rigor e a aplicabilidade dos relatórios de sustentabilidade.

Dentre as características do GRI, pode-se destacar a tendência à governança, ou seja, é um relatório voltado a reduzir a assimetria informacional, de modo a proteger ao usuário externo, em especial aos acionistas.

- Instituto ETHOS de Responsabilidade Social: apresenta um relato detalhado dos princípios e das ações da organização, incorporando o Balanço Social proposto pelo IBASE, mas sugerindo um detalhamento maior do contexto da tomada de decisões, dos problemas encontrados e dos resultados obtidos (ETHOS, 2005).

Ao verificarem que os Balanços Sociais brasileiros apresentados ultimamente têm demonstrado baixa padronização e transparência, bem como uma forte influência da área de *marketing*, Carvalho e Siqueira (2005, p.2), concluem que dentre as dez regulamentações analisadas, apenas “a NBCT 15 se mostrou a mais completa em termos qualitativos, por ser a única a atender às quatro vertentes da FIPECAFI” (CARVALHO e SIQUEIRA, 2005, p. 12).

Após visita às origens voluntárias e regulatórias do Balanço Social no Brasil e mundo pode-se esperar que os modelos utilizados pelas empresas possuam alguma variação em

função do alinhamento às instituições patrocinadoras, a nomenclaturas utilizadas e a fatores históricos. Apesar das divergências certamente contornáveis a visão que se constrói é que independentemente da história, da regulação, do local ou da instituição, sociedades das mais diversas regiões do planeta buscaram utilizar e aprimorar o Balanço Social no julgo de suas necessidades. Assim, daí se extrai que o Balanço Social é a demonstração universalmente aceita e reiteradamente demandada para entender e explicar a contribuição da empresa no meio social na qual sua operação se insere.

2.3 Resgatando Estudos sobre a Evidenciação da RSC e do Balanço Social

Construída uma visão sobre o balanço social, entende-se como salutar a incursão sobre estudos já realizados quanto a evidenciação das informações sociais antes da observação das práticas nacionais no setor de telecomunicações. Estudos nacionais e internacionais podem ser considerados úteis à medida que uma boa prática de levar a público informações sociais pode servir de modelo para outras empresas ou, cientificamente falando, fomentar análises comparativas e ampliar o conhecimento em uma área.

Beresfore (1973) *apud* Ramanathan (1976) ao analisar, em 1973 as 500 maiores empresas industriais da Fortune, observou a evidenciação de práticas variadas, consideravelmente, no que se refere ao escopo, formato, uso de mensuração quantitativa e financeira. Assim, o estudo dos autores apresentados anteriormente reforçam a suposição de que as práticas de publicação do balanço social variam devido a fatores institucionais e históricos. Mas reconhecer a existência de variabilidade das práticas de balanço social, ainda que relevante, parece pouco quando se verificam abordagens que se ocuparam de explicar e justificar essas variabilidades e os possíveis motivadores. É o que se apresenta a seguir.

Em relação ao *disclosure* de informações sócio-ambientais, do setor de papel e celulose, Nossa (2002, p. 221) concluiu que “a impressão que ficou foi a de que as informações eram quase todas de impactos positivos”. O autor ressaltou ainda que “as empresas têm a tendência de evidenciar somente as informações que lhes poderão trazer benefícios”. No que se refere à evidenciação de informações que poderiam gerar impactos negativos Nossa (2002, p. 221) concluiu que:

geralmente não são mostradas até que não se tenham metas e objetivos claros para revertê-las. Em vários relatórios analisados muitas vezes foi afirmado que determinados assuntos ambientais só seriam tratados em relatórios ambientais futuros, sob a alegação de que naquele momento não se tinham informações suficientes para evidenciar.

Corroborando com os resultados de Nossa (2002), Jenkins (2004) analisou o segmento de mineração, das 16 companhias em operação, concluindo que ao dirigir-se à comunidade a construção textual usada pela empresa era com base em questões positivas sobre valor e política social.

Siqueira e Vidal (2002) ao analisarem 21 balanços sociais de empresas de grande porte, corroboram com Jenkins (2004) e Nossa (2002) ao concluírem que as entidades publicam o balanço social rico em páginas, ficando a essência a desejar, visando somente demonstrar pontos positivos.

Thompson e Zakaria (2004) estudaram sobre a divulgação da responsabilidade social corporativa, das 250 maiores companhias da Malásia, por fim os autores discutem as

possíveis justificativas para a aparente queda no nível de evidenciação ambiental corporativa, verificada em seu estudo, e tentam vincula-la à questão da pressão pública ou governamental.

Em relação à pressão pública/governamental sobre a divulgação, de informações contábeis na área social no setor público, Athayde (2002, p. 1-66) desenvolveu um estudo de caso aplicado ao município de Luziânia-GO e concluiu que mais de 50% dos usuários da informação contábil acreditam, que houve uma sensível melhora nos níveis de evidenciação após a promulgação da Lei de Responsabilidade Fiscal.

Athayde (2002, p. 66) concluiu ainda que “as Notas Explicativas são desconhecidas por quase 50% dos usuários externos e 30,5% dos usuários internos não acreditam que esse tipo de evidenciação complementar ajuda na identificação dos gastos públicos”.

Kuasirikun e Sherer (2004) analisaram a evidenciação da contabilidade social das empresas na Tailândia e concluíram que o *disclosure* de informações sociais e ambientais da Tailândia é diferente da evidenciada na Austrália, Reino Unido e Estados Unidos e que tal evidenciação é feita de forma irregular e inconsistente.

Em sua pesquisa Costa Filho (2002) fez uma análise dos balanços sociais dos bancos no Brasil referentes ao exercício de 2000, e concluiu que 18% dos bancos analisados publicam seu balanço social e que

inexiste uniformidade de procedimentos na elaboração e na forma de se dar publicidade aos balanços sociais dos diferentes bancos. Alguns publicam o demonstrativo de forma isolada, outros o fazem juntamente com as demonstrações contábeis ou mesmo o inserem no relatório da administração (COSTA FILHO, 2002, p. 66).

Sobre instituições financeiras Douglas, Doris e Johnson (2004, p. 392-393) analisaram os relatórios sociais corporativos de 6 instituições financeiras irlandesas, concluíram que as questões de *governança* corporativa e recursos humanos são os mais divulgados. Sobre as melhores práticas analisadas, eles destacaram, que as questões mais divulgadas foram as relacionadas à comunidade na qual a instituição está inserida, recursos humanos e *governança* corporativa.

Pinto e Ribeiro (2003) realizaram uma pesquisa no Estado de Santa Catarina sobre balanço social como instrumento de evidenciação de responsabilidade social, foram utilizadas as vinte maiores empresas, sendo que dez informaram que elaboram o Balanço Social, entretanto oito forneceram exemplar do Balanço. Após análise do BS os autores concluíram, dentre outras coisas, que:

- as entidades adotam modelos diferentes de Balanço Social;
- os conteúdos estudados foram bastante insatisfatórios.

Siqueira e Vidal (2003) analisaram 177 demonstrações financeiras e detectaram que apenas 22 destas contemplavam o Balanço Social. A partir destas 22 demonstrações analisaram até que ponto tais demonstrações evidenciam, de fato, de forma transparente, as informações de cunho social para a população em geral. Siqueira e Vidal (2003) concluíram que os Balanços Sociais apresentavam falhas ao evidenciar ao usuário o impacto, seja este positivo ou negativo, na sociedade.

David e Ott (2003, p. 1) objetivaram identificar quais informações as empresas estão disponibilizando aos usuários, por meio do Balanço Social. “A pesquisa desenvolveu-se com

base nos Balanços Sociais de 88 (oitenta e oito) empresas de pequeno, médio e grande porte, relativos ao ano de 2000”. Concluíram David e Ott (2003, p. 13-14) que:

os Balanços Sociais em sua maioria buscam apenas demonstrar o ativo social das empresas, desconsiderando o outro lado, necessário para haver equilíbrio; apesar da falta de evidenciação de muitas informações, em termos gerais, existem Balanços Sociais divulgados com qualidade; e o público interno recebe maior atenção, se comparado ao público externo, por parte das empresas no momento da elaboração do Balanço Social.

Assim pode-se observar que as pesquisas realizadas sobre Balanço Social oferecem debates e conclusões relevantes sobre a forma com que as empresas estão evidenciando sua RSC. Os focos variam da heterogeneidade das práticas, benefício de se evidenciar as informações sociais, aspecto positivo da linguagem empregada. Há pesquisas que destacam o impacto do desempenho e da evidenciação social no valor e na imagem da empresa. Em termos de discussão, ressalta-se que busque criar referenciais mínimos de informação social. Permitida a variabilidade dos modelos mundiais, a evolução das práticas regulatórias e auto-regulatórias parecem caminhar no sentido de que se não idênticos, os modelos de Balanço Social num futuro breve contemplarão patamares mínimos desejáveis de informação para uma sociedade interessada não só nas contribuições sociais, mas também nas possíveis externalidades dos negócios.

2.4. A Evidenciação da RSC no Setor de Telecomunicações do Brasil

Essa subseção aborda as práticas de evidenciação da responsabilidade social corporativa com foco no setor de telecomunicações do Brasil em 2005.

2.4.1 O Setor de Telecomunicações do Brasil: Uma Síntese Histórica

A primeira empresa de telecomunicações do Brasil, segundo Belmiro e Reche (2003, p. 261) foi fundada em 1880, com o nome de *Brazilian Telephone Company*. Após o período da 1ª e 2ª guerra, surgiu outra empresa telefônica chamada Teixeira que operacionalizava em Uberlândia (SIQUEIRA, 1999 *APUD* BELMIRO e RECHE, 2003, p. 261).

Em 1963 foram instalados o Conselho Nacional de Telecomunicações e a Empresa Brasileira de Telecomunicações. Em 1967 foi criado Ministério das Comunicações e em 1972 a Telebrás (BELMIRO e RECHE, 2003, p. 261).

O setor de telecomunicações, segundo Gomes (2002, p. 98) passou por grandes transformações no período de 1968 a 1976 com a disseminação do sistema DDI. Argumenta ainda que a política nacional de telecomunicações era estabelecida basicamente por meio de preceitos constitucionais.

Um dos maiores problemas para a expansão da telefonia nacional era a exigência feita de que as empresas precisariam transformar-se em sociedades anônimas para a entrega de ações aos usuários (GOMES, 2002, p. 98).

Art.1º A Agência Nacional de Telecomunicações, criada pela Lei no. 9.472, de 16 de julho de 1997, é entidade integrante da Administração Pública Federal indireta, submetida a regime autárquico especial e vinculada ao Ministério das Comunicações, com a função de órgão regulador das telecomunicações. (BRASIL, 1997, p. 02).

Segundo Belmiro e Reche (2003, p. 260) somente após 23 anos de monopólio estatal é que começou a privatização do setor de telecomunicações em 1998. Belmiro e Reche (2003,

p. 260) defendem ainda que um fator que influenciou a privatização foi a abertura de mercados.

Segundo a Brasil Telecom S. A. (2006, p. 64), “qualquer regulamentação proposta pela Anatel está sujeita a um período de consulta pública, incluindo audiências públicas, e as decisões da Anatel podem ser questionadas administrativamente”.

Dessas breves informações pode-se perceber algumas características recentes do setor de telecomunicações do Brasil. Setor altamente regulamentado recebeu na última década um “sopro” de competitividade com a privatização. O maior número de operadores pode ensejar uma necessária atuação junto à coletividade para divulgar a responsabilidade social como fator de posicionamento mercadológico e institucional. Esse raciocínio encontra acolhida em Fonbrun e Shanley (1990) *apud* Olitzky, Schmidt e Rynes (2004, p. 407) o desempenho social corporativo pode ter efeitos externos sobre a reputação organizacional” e se positiva “pode ajudar a construir uma imagem positiva da empresa diante dos consumidores, investidores, bancos e fornecedores”. Alinhada a essa visão, Davidson e Worrell (1988, p. 198) concluíram que o mercado reage negativamente à divulgação de notícias de que há ilegalidades na empresa, no primeiro dia em que a notícia é lançada ao mercado, mas a reação ocorre uma única vez para baixo, ajustando o valor da ação. Assim os estudos levam ao raciocínio de que responsabilidade social, ainda que indiretamente, propicia a geração de valor institucional e financeiro.

Assim, o setor de telecomunicações do Brasil parece ser um exemplo seletivo da evidencição da RSC em ambiente competitivo, uma vez que

negócios como telecomunicações e empresas de utilidade pública, cujos preços e operações são regulados até certo ponto pelo governo, devem ter excelentes relacionamentos com autoridades do executivo e legislativo. As empresas cujas operações envolvem riscos de meio ambiente, saúde e segurança precisam cumprir os regulamentos e desenvolver a reputação de líder em desempenho nessas áreas, para reforçar a capacidade de recrutar e reter empregados valiosos, e para manter e ampliar a sua presença física nas comunidades. Quando essas considerações de natureza regulamentária e as referentes ao meio ambiente, saúde e segurança são vitais para o êxito da estratégia, as empresas incluem vários objetivos no tema estratégico “bom cidadão corporativo” na perspectiva interna (KAPLAN e NORTON, 2000, p. 105).

2.4.2 Discussão dos Informes de RSC do Setor de Telecomunicações do Brasil em 2004

Essa seção objetivou investigar os tipos de informes utilizados pelas empresas de telecomunicações do Brasil para evidencição das práticas de responsabilidade social em 2004.

Em princípio buscou-se junto à *internet* localizar os informes (notas explicativas, relatório da administração, balanço social e outras demonstrações que possam evidenciar a responsabilidade social da empresa) das 35 maiores empresas do setor de telecomunicações.

Não foi possível acessar às informações de todas as 35 empresas, mas sim 30. Logo o objeto de análise foi delimitado a 30 empresas. A partir da análise dessas, observou-se, conforme Gráfico 1, que 77% das empresas analisadas evidenciam de alguma forma sua responsabilidade social, este mesmo percentual utilizaram-se das notas explicativas para tal evidencição. Observou-se ainda que: 53% evidenciam por meio do relatório da

administração, 27% por meio do balanço social e 10% utilizaram-se de informes com nomenclatura própria, sendo 7% relatório de responsabilidade social e 3% relatório de compromisso social.

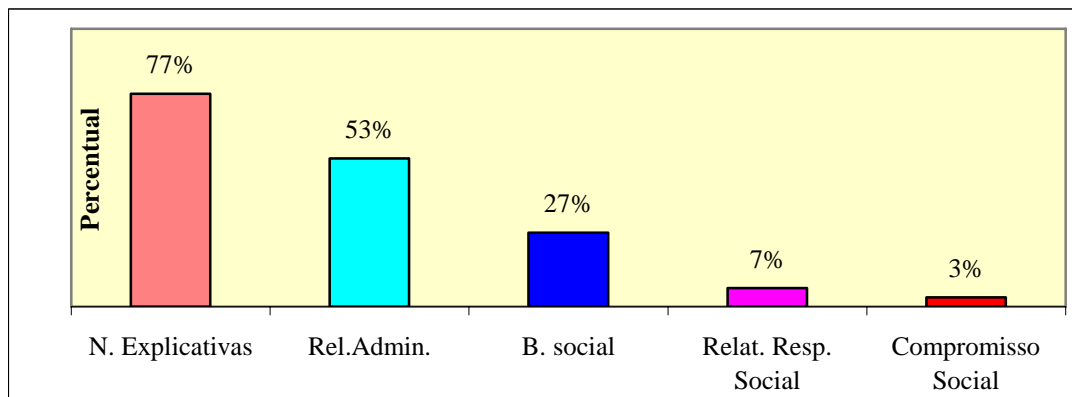


Gráfico 1- A evidenciação das ações de Responsabilidade Social pelas 30 maiores empresas de telecomunicação, em 2004.

Fonte: elaborado pelos autores.

Ressalta-se que somatório dos percentuais excedem 100%, isto ocorre porque algumas empresas se utilizaram concomitantemente de vários meios (relatórios) para a divulgação de sua responsabilidade social.

2.5 Sínteses e Discussões dos Resultados

Os resultados da investigação documental parecem reforçar a variedade de práticas que as empresas utilizam para levar a público informações que comunicam sua responsabilidade social corporativa (RSC). Adicionalmente, pode-se perceber que tanto a investigação quanto estudos realizados no Brasil e no exterior posicionam o Balanço Social como demonstrativo prioritário na forma de evidenciar a RSC. Contudo, a amostra de evidências documentais parece falsear a suposição de que o Balanço Social seria facilmente dominante. Cabe registrar algo inesperado e que dificilmente seria passível de inferência a partir da revisão das pesquisas: no afã de divulgar as informações as empresas acabam por elaborar relatórios próprios de RSC com nomes sugestivos, a saber: Relatório de Responsabilidade Social e Relatório de Compromisso Social.

Esses informes mais elaborados ora contemplam informações adicionais ao Balanço Social, mas também repetem. Fato que preocupa e postecipa uma futura discussão: até que ponto os informes não-padronizados de RSC são uma manifestação de marketing institucional?

No Brasil e internacionalmente a demanda por informações de RSC, ao lado de reiterados ativismos, auto-regulação e regulação nas três últimas décadas anos convergem para a relevância do Balanço Social. Longe de negligenciar formas complementares, a observação diária e a visita a pesquisas internacionais suportam a necessidade de estabelecimento de padrões mínimos de evidenciação da responsabilidade social.

3. CONCLUSÃO

Essa seção objetiva desfechar a pesquisa sobre a responsabilidade social corporativa nos informes empresariais do setor de telecomunicações em 2004 e comentar a síntese das informações bibliográficas sobre o tema.

3.1 Aspectos Conclusivos

De uma forma visual e abreviada o estudo retorna a indagação da pesquisa:

Pergunta: quais foram os tipos de informes utilizados pelas empresas de telecomunicações do Brasil para evidenciar as práticas de responsabilidade social em 2004?

Suposição: a *priori* para auxiliar na satisfação do problema supõe-se que o Balanço Social seja a forma reiterada e predominante na forma de evidenciar as informações de responsabilidade social para o setor de telecomunicações do Brasil em 2004.

Após a investigação das práticas nacionais verificou-se que o setor de telecomunicações em 2004 como um todo utilizou diferentes informes, dos quais se destacam: o Balanço Social, Notas Explicativas, Relatório de Administração, Relatório de Compromisso Social, Relatório de Responsabilidade Social. Contudo, ainda que o Balanço Social tenha sido um informe utilizado por 27% das 30 (trinta) maiores empresas analisadas, verificou-se uma marcante utilização de Notas Explicativas por 77% das empresas. Logo, a suposição apresentada está, surpreendentemente, falseada.

Uma limitação deste estudo está relacionada ao período analisado, uma vez que ao ampliá-lo, poder-se-ia analisar a tendência das empresas em estar evidenciando por meio de um ou outro relatório.

3.2 Sugestão para Futuras Pesquisas

O resultado ainda que não generalizável para o universo de empresas brasileiras e para todas as empresas do setor de telecomunicações, abre espaço para futuras pesquisas e causa a seguinte preocupação: até que ponto a variabilidade de práticas de evidenciar a RSC auxilia a sociedade na tomada de decisões em relação a suas empresas? Ao dificultar a comparabilidade entre as práticas das empresas, o mercado deveria se auto-regular ou aguardar uma regulação governamental ou profissional?

Neste sentido, surgem as seguintes propostas de pesquisas futuras: estar verificando, por exemplo, por um período mais abrangente, se houve aumento no *disclosure* de informações sociais por parte das empresas do setor de telecomunicações e ainda observar em outros setores, por meio de quais informes e relatórios as empresas têm divulgado sua responsabilidade social corporativa.

Outra questão tangenciada no estudo que se apresentou como relevante aos autores foi se há um viés excessivamente positivo no Balanço Social das empresas? Até que ponto a orientação de “politicamente correta” em detrimento de uma visão equilibrada e de baixo viés

atende as demandas sociais? Indubitavelmente, uma futura pesquisa para aumentar de forma equilibrada a transparência da contribuição social das empresas brasileiras.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida (coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002. 205 p.

ASHLEY, Patrícia Almeida; COUTINHO, Renata Buarque Goulart; TOMEI, Patrícia Amélia. Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa. In: ENANPAD, 24, 2000. Santa Catarina. **Anais em CD-Rom**.

ATHAYDE, Tarcísio Rocha. **A evidenciação de informações contábeis da área social no setor público**: estudo de caso do município de Luziânia GO. 94 f. Dissertação (Mestrado) – Programa Multiinstitucional e Inter-regional de Pós-graduação em Ciências Contábeis da Universidade de Brasília, da Universidade Federal da Paraíba, da Universidade Federal de Pernambuco e da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Brasília, 2002.

BELMIRO, Tânia Regina; RECHE, José Roberto Flores. O desafio de uma gestão por processos sob a ótica de uma telecom. **Revista de Administração**. jul-set, 2003. São Paulo. v. 38 n. 3 p. 260-272.

BLACK, Leeora D; HÄRTEL, Charmine E.J. The five capabilities of socially responsible companies. **The Australian Center for Corporate Social Responsibility**. North Caulfield. mai. 2003. v. 4. n.2. p. 125-144.

BRASIL TELECOM S.A. **Formulário 20-F**. Disponível em: <http://www.brasiltelecom.com.br/static/inst_ri_brt_br/file/BTM_P.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2006.

BRASIL. Decreto nº 2.338 de 7 de outubro de 1997. Aprova o Regulamento da Agência Nacional de Telecomunicações e dá outras providências. **Diário Oficial União**, Brasília, 7 out 1997. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D2338.htm>. Acesso em: 02 fev. 2006.

CARVALHO, Fernanda de M., SIQUEIRA, José R. M. de. Regulamentações brasileiras do balanço social. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 5, 2005, São Paulo. **Anais em CD-Rom**.

COSTA FILHO, Adalberto Vieira. **Balanço social dos bancos**: uma análise dos balanços sociais dos maiores bancos do Brasil referentes ao exercício do ano 2000. 152 f. Dissertação (Mestrado) – Programa Multiinstitucional e Inter-regional de Pós-graduação em Ciências Contábeis da Universidade de Brasília, da Universidade Federal da Paraíba, da Universidade Federal de Pernambuco e da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Brasília, 2002.

DAVID, Afonso Rodrigo de; OTT, Ernani. Balanço Social: uma análise das informações evidenciadas pelas empresas. In: ENANPAD, 27, 2003, São Paulo. **Anais em CD-Rom**.

DAVIDSON, Wallace N.; WORRELL, Dan L. The impact of announcements of corporate illegalities on shareholder returns. **The Academy of Management Journal**. v. 31, n 1. mar. 1988. p. 195-200.

DOUGLAS, Alex; DORIS, John; JOHNSON, Brian. Case study: corporative social reporting in Irish financial institutions. **The TQM Magazine**. UK. v.16. n. 3, 2004. p. 387-395

DRUKER, Peter F. **Introdução à administração**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

ETHOS - Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. **Perguntas frequentes**. Disponível em:

<<http://www.ethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3344&Alias=Ethos&Lang=pt-BR>>. Acesso em: 1 mar 2006.

_____. **Guia de elaboração do Balanço Social**. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>> Acesso em 18 dez 2005.

EXAME. 1000 maiores por vendas. **Revista Exame**. BR, jul. 2005. p. 52-105.

FIPECAFI – Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras. **Manual de Contabilidade das Sociedades por ações**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FREIRE, Fátima de Souza, REBOUÇAS, Tereza Raquel da Silva. Uma descrição sucinta do Balanço social francês, português, belga e brasileiro. In: SILVA, César Augusto Tibúrcio, FREIRE, Fátima de Souza (org.). **Balanço social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2001. p. 69-115.

GOMES, Francisco Rodrigues. Clima organizacional: um estudo em uma empresa de telecomunicações. **RAE – Revista de Administração de empresas**. São Paulo. v. 42. n. 2, 2002. p. 95-103.

GRI – Global Reporting Initiative. **Diretrizes para relatórios de sustentabilidade 2002**. Tradução elaborada por Die Presse Tradução e Interpretação Ltda. jun. 2004. 92p. Disponível em: <http://www.globalreporting.org/guidelines/2002/2002Portuguese_B.pdf>. Acesso em 03 out. 2005.

IBASE. **Balanço social**. Disponível em: <<http://www.ibase.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em: 21 dez 2005.

JENKINS, Heled. Corporate social responsibility and the mining industry: conflicts and constructs. **Corporate social – Responsibility and environmental management**. UK, v. 1, n 11, mar. 2004. p. 23-35.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. **Organização orientada para a estratégia**: como as empresas que adotam o *balanced scorecard* prosperam no novo ambiente de negócios. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. 8. reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

KUASIRIKUN, Nongnooch; SHERER, Michael. Corporate social accounting disclosure in Thailand. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**. UK, v. 4, n 17. 2004. p. 629-661.

MACHADO, Adriana Leite Costa Silva; LAGE, Allene Carvalho. Responsabilidade Social: Uma Abordagem para o Desenvolvimento Social. O caso da CVRD. In: ENANPAD, 26, 2002. Bahia. **Anais em CD-Rom**.

MARTINS, Maria de Fátima Oliveira. **A evidenciação das ações sociais**: um estudo do segmento bancário. 171 p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis da Universidade de São Paulo. USP, São Paulo, 2004.

NOSSA, Valcemiro. **Disclosure ambiental**: uma análise do conteúdo dos relatórios ambientais de empresas do setor de papel e celulose em nível internacional. Tese de Doutorado. São Paulo: FEA/USP, 2002. 246p.

OLITZKY, Marc; SCHMIDT, Frank L; RYNES, Sara L. **Corporate social and financial performance: a meta-analysis.** 37p. Disponível em:

<www.haas.berkelev.edu/responsiblebusiness/documents/2004_Full.pdf>. Acesso em 17 jan. 2006.

ONU (United Nations). **Disclosure of the impact of corporations on society: current trends and issues.** Geneva, 2004.

PENA, Roberto Patrus Mundim. Responsabilidade social da empresa e business ethics: uma relação necessária? In: ENANPAD, 27, 2003, São Paulo. **Anais em CD-Rom.**

PINTO, Anacleto L., RIBEIRO, Maria de S. O balanço social como instrumento de evidenciação de responsabilidade social: um estudo no estado de Santa Catarina. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 3, 2003, São Paulo. **Anais em CD-Rom.**

RAMANATHAN, Kavasseri V. Toward a theory of corporate social accounting. **The Accounting Review.** USA. v. 51. n. 3, 1976. p. 516-528.

RIBEIRO, Maísa de Souza; LISBOA, Lázaro Plácido. Balanço social: instrumento de divulgação da interação da empresa com a sociedade. **Anais 23º ENAMPAD.** 1999.

SIQUEIRA, José R. M. de, VIDAL, Mário C. R. Balanços sociais brasileiros: uma análise de seu estágio atual. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 3, 2003, São Paulo. **Anais em CD-Rom.**

SIQUEIRA, José R. M. de, VIDAL, Mário C. R. Balanços sociais brasileiros: uma análise crítica das publicações do ano de 2001. In: SEMINÁRIO USP DE CONTABILIDADE, 2, 2002, São Paulo. **Anais em CD-Rom.**

THOMPSON, Paul; ZAKARIA, Zarina. Corporate social responsibility reporting in Malaysia: progress and prospects. **The journal of corporate citizens hip.** Spring, v. 13, 2004. p. 125-137.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações.** São Paulo: Atlas, 2001.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1987.

APÊNDICE

Apêndice 1: Lista das empresas analisadas, dentre as 1000 classificadas por Exame (2005).

Nº	Classifi- cação	Empresa/Sede	Vendas (em US\$ milhões)	Analisada	
				Sim	Não*
1	3	Telemar, Rio de Janeiro - RJ	7.696,10	X	
2	4	Telefônica, São Paulo - SP	7.256,50	X	
3	15	Brasil Telecon, Brasília - DF	4.951,20	X	
4	24	Embratel, Rio de Janeiro - RJ	3.587,20	X	
5	43	Vivo, São Paulo - SP	2.266,80	X	
6	69	Tim Celular, São Paulo - SP	1.347,80	X	
7	82	Oi, Rio de Janeiro - RJ	1.179,20		X
8	119	Vivo, Rio de Janeiro - RJ	891,80	X	
9	138	Tim Sul, Curitiba - PR	772,90	X	
10	180	Vivo Celular CRT, Porto Alegre, RS	614,80	X	
11	181	Telemig Celular, Belo Horizonte, MG	612,20	X	
12	192	Tim Nordeste, Jaboatão dos Guararapes, PE	581,10	X	
13	218	Claro, São Paulo - SP	525,50	X	
14	219	Maxitel, Belo Horizonte - MG	525,10		X
15	252	Intelig Telecom, Rio de Janeiro - RJ	452,10	X	
16	275	Americel, Brasília - DF	414,00		X
17	288	Global Telecom, Londrina - PR	400,80		X
18	304	ATL, Rio de Janeiro - RJ	376,70	X	
19	367	Telefônica Empresas, Barieri - SP	308,90	X	
20	405	Amazônia Celular, Belém - PA	277,10	X	
21	406	Telegoiás, Goiânia - GO	275,70	X	
22	420	TCO, Brasília - DF	259,60	X	
23	455	NBT, Belém - PA	231,90	X	
24	458	Vivo BA, Salvador BA	231,10	X	
25	479	BSE, Recife - PE	221,90		
26	522	Vivo ES, Vitória - ES	192,80	X	
27	545	Telemat, Curitiba, MT	179,80	X	
28	585	CTBC, Uberlândia - MG	163,80	X	
29	592	Star One, Rio de Janeiro - RJ	161,00	X	
30	712	Primesys, São Paulo - SP	125,70		X
31	745	Vésper, Rio de Janeiro - RJ	116,80	X	

32	780	Triângulo Celular, Uberlândia - MG	108,70	X	
33	919	Sercontel, Londrina - PR	86,40	X	
34	963	CPQD, Campinas - SP	82,00	X	
35	984	Pegasus, São Paulo - SP	78,60	X	

Fonte: Adaptada de Exame (2005)

* Os relatórios das empresas não foram analisados, em casos em que o endereço eletrônico não estava acessível.

ⁱ *Concern about the impact of enterprises on society is a global one. The expectations of consumers, employees, investors, business partners and local communities as to the role of businesses in society are increasing. Guidelines, principles and codes are being developed for corporate conduct.*