

A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NOS INFORMES EMPRESARIAIS DO SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA E DOCUMENTAL

Corporate Social Responsibility in Company Information Disclosure in the Brazilian Telecommunications Sector: An exploratory and documental analysis

Simone Luiza Fiório

FUCAPE BUSINESS SCHOOL

E-mail: simone-fiorio@hotmail.com

Antonio Nunes Pereira

FUCAPE BUSINESS SCHOOL

E-mail: anpence2004@yahoo.com.br

Silvania Neris Nossa

FUCAPE BUSINESS SCHOOL

E-mail: silvianianossa@uol.com.br

Valcemiro Nossa

FUCAPE BUSINESS SCHOOL

E-mail: valcemiro@fucape.br

Rosilda Aparecida da Costa

FUCAPE BUSINESS SCHOOL

E-mail: rosildac@hotmail.com

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. Foram analisadas informações das maiores empresas de telecomunicações, disponibilizadas pela Revista Exame, na edição de 2005. Procedeu-se a uma análise de conteúdo das informações sobre a RSC divulgadas por meio dos portais eletrônicos dessas empresas. Das trinta empresas analisadas, observaram-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 relatório de responsabilidade social e relatório de compromisso social.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social Corporativa. Informes Empresariais. Balanço Social. Transparência das Informações Sociais.

ABSTRACT: This article investigates the types of informative methods used by Brazilian telecommunications companies to show their corporate social responsibility (CSR) in 2004. It is an exploratory study based on sources in the national and international literature and empirical analysis of company disclosures. The companies analyzed were the largest in the Brazilian telecommunications sector, according to the 2005 special edition of Exame magazine. We then analyzed the content of the information on CSR made available at the companies' Internet sites. The information practices were not uniform and concomitant to analyze the RSC among the thirty companies. The results suggest that 77% of the companies evidence their social responsibility in notes to the annual statements, 53% disclose their social commitments through a specific section in the annual report, 27% do so by means of a separate social balance sheet, and 10% by other social statements, such as a social responsibility report or social commitment report.

KEYWORDS: *Social Responsibility. Company Information. Social Balance Sheet. Transparency of Social Information.*

Recebido em 30/09/2008, aprovado em 05/02/2009, disponível em 02/03/2009.

Avaliado pelo sistema *double blind review*

Editor científico: Fátima de Souza Freire

1 Introdução

As práticas de responsabilidade social corporativa (RSC) são facilmente observáveis pela sua divulgação na sociedade moderna. Os indivíduos tomam conhecimento dessas práticas por meio de noticiário, propaganda institucional, relações de consumo e, de forma reiterada nos últimos anos, dos relatórios contábeis.

A contabilidade tem como uma de suas funções a análise de prestação de contas e transparência (*accountability*), apresentada pelos diversos agentes sociais. A sociedade precisa, segundo Ribeiro e Lisboa (1999, p. 1), da empresa tanto quanto esta necessita da sociedade, uma vez que a empresa depende do aval dessa sociedade para instalar-se em determinadas áreas; 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, entre os quais cita: recursos humanos e proteção ao meio ambiente:

Recursos Humanos: número de empregados no término dos dois últimos exercícios e “turnover” nos dois últimos anos, segmentação da mão-de-obra segundo a localização geográfica; nível educacional ou produto; investimento em treinamento; fundos de seguridade e outros planos sociais.

Proteção ao meio-ambiente: descrição e objetivo dos investimentos efetuados e do montante aplicado. (BRASIL, 1987, p. 3)

Foi selecionado, intencionalmente, o setor de telecomunicação, pois este parece ser um exemplo seletivo da evidenciação 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).

A RSC, além de ter grande receptividade em empresas e reguladores brasileiros, envolve um debate de relevância em âmbito internacional. Essa visão é factível à medida que a própria Organização das Nações Unidas (ONU) se ocupou em estudar e propor soluções para a

1. A Reforma Bancária deu-se com a promulgação da Lei 4.595, de 31 de dezembro de 1964, que dispôs sobre a Política e as Instituições Monetárias, Bancárias e Creditícias e criou o Conselho Monetário Nacional (CMN).

2. O Ibra contém a função de discutir, desenvolver e aprimorar as questões éticas e técnicas da profissão de auditor e de contador, atuando como porta-voz dessas categorias diante de organismos públicos e privados e da sociedade em geral.

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 relevância da publicação com transparência das práticas de RSC pela sociedade na perspectiva até internacional, indaga-se: quais foram os tipos de informes utilizados pelas empresas de telecomunicações do Brasil para evidênciação das práticas de responsabilidade social em 2004?

2 O Setor de Telecomunicações

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 Primeira e Segunda Guerra, surgiu outra empresa telefônica chamada Teixeira, que operacionalizava em Uberlândia, conforme Siqueira (1999).

Em 1963, foram instalados o Conselho Nacional de Telecomunicações e a Empresa Brasileira de Telecomunicações. Em 1967, foi criado o 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 esse autor que a política nacional de telecomunicações era estabelecida, basicamente, por meio de preceitos constitucionais.

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

Segundo Belmiro e Reche (2003, p. 260), somente após 23 anos de monopólio estatal, teve início a privatização do setor de telecomunicações, em 1998, ação esta fortemente influenciada pela 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 que o setor de telecomunicações – altamente regulamentado, no Brasil – recebeu, na última década, um “sopro” de competitividade com essa privatização. Consequentemente, maior número de operadores pode ensejar uma necessária atuação junto à coletividade para divulgar a responsabilidade social como fator de posicionamento mercadológico e institucional.

3. AICPA é uma organização americana criada em 1937 com a fusão da *American Institute of Accountants* com a *American Association of Public Accountants* e congrega os Contadores Públicos Certificados. Estabelece padrões profissionais para orientar seus membros para a adequada conduta profissional e para as melhores práticas de auditoria. Estabelece também padrões de alto nível para certificação e habilitação do *Certified Public Accountant* (CPA), como forma de promover e proteger a titulação CPA.

4. IFAC é um organismo global da profissão contábil formado em 1977 e sediado em Nova York, EUA, que tem por finalidade proteger o interesse público encorajando melhores práticas na área contábil. Em abril de 2002, o *International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) substituiu o *International Auditing Practices Committee* (IAPC), e vem respondendo pela emissão dos padrões internacionais de auditoria conhecidos como *International Standards on Auditing* (ISA) e de controle de qualidade para firmas, denominados *International Standards on Quality Control* (ISQC).

5. Auto-regulação: trata-se da regulação exercida pela própria categoria profissional. No caso brasileiro, por exemplo, seria a regulação instituída pelo CFC e pelo IBRACON.

Fonbrun e Shanley (1990) ressaltam que “o desempenho social corporativo pode ter efeitos externos sobre a reputação organizacional” e, seguramente, “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, uma vez que, no primeiro dia em que a notícia é lançada ao mercado a reação contrária ajusta 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.

3 Referencial Teórico

As mudanças econômicas ocorridas nas últimas décadas levantaram diversas questões que antes não se mostravam preocupantes, 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 relacionam-se 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.

Em seu estudo, Ramanathan (1976, p. 519) definiu a proposta da contabilidade social como a de ajudar a estimar quão bem a firma estaria 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 a RSC, segundo Tinoco (2001 p. 22), tornou-se relevante a partir, principalmente, de 1950, período em que “certas estruturas organizacionais provocaram insatisfação, que conduziu à contestação, muitas vezes violenta, contra alguns grandes grupos multinacionais”.

Wood (1991) define que a responsabilidade social tem sido descrita como a capacidade de uma organização responder à pressão social, usando processos tais como avaliações ambientais, gerenciamento de partes interessadas e gerenciamento de questões. Para Ashley (2002, p. 6), a responsabilidade social pode ser definida como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, com ações proativas e coerentes, não só no que tange ao seu papel específico na sociedade, com também à sua prestação de contas.

A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei.

O conceito de responsabilidade social corporativa, na visão de Ashley, Coutinho e Tomei (2000), requer, tanto para a construção teórica como para a aplicação prática, sua incorporação à teoria estratégica da empresa, refletida em desafios éticos para as diferentes dimensões do negócio. Neste sentido, Druker (2003, p. 325) defende que “as exigências relativas à responsabilidade social constituem o preço do sucesso”.

Logo, destacadas 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 internamente 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, esse autor 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 se intensificou, principalmente, da década de 1970, com a iniciativa da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas – ADCE.

Nesse sentido, Machado e Lage (2002) e Fonbrun e Shanley (1990) 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., podem levar as empresas a evidenciar a sua RSC e isso pode refletir positivamente sobre as instituições empenhadas nessas questões. 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. 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 “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”.

A elaboração do balanço social teve início com movimentos populares e obteve reforço regulatório nos países europeus continentais. A elaboração do demonstrativo começou na década de 1960 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 do ativismo da população no período da guerra do Vietnã. Em especial, as empresas que estavam envolvidas com a fabricação de armamentos de guerra passaram a ser observadas e demandadas, informacionalmente. 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 pelo Balanço Social 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.

Nesta pesquisa, foram selecionadas três instituições empenhadas no debate da evidência do desempenho social, por meio do balanço social (IBASE, GRI e ETHOS). 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 o usuário externo, em especial os 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).

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 jugo de suas necessidades. Assim, extrai-se 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.

Beresfore (1973), *apud* RAMANATHAN, (1976), ao analisar, em 1973, as 500 maiores empresas industriais da Fortune, observou a evidência de práticas variadas, consideravelmente, no que se refere ao escopo, formato, uso de mensuração quantitativa e financeira. Assim, o estudo dos autores apresentados anteriormente reforça 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 à evidência 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 eviden-

ciar 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. Este comportamento por parte dos gestores pode ser decorrente de um incentivo em até ocultar informações, uma vez que conforme resultados encontrados por Brito (2005), no que se refere à divulgação de eventos ambientais, as informações negativas influenciam negativamente no preço das ações e que informações ambientais positivas não se apresentam relacionadas ao retorno das ações.

Thompson e Zakaria (2004) estudaram 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 vinculá-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 seis instituições financeiras irlandesas e 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 ter elaborado o Balanço Social; entretanto, apenas oito forneceram exemplar do Balanço. Após análise do BS, os autores concluíram, dentre outras coisas, que as entidades adotavam modelos diferentes de Balanço Social e que os conteúdos estudados foram bastante insatisfatórios.

Ao verificarem que os mais recentes Balanços Sociais brasileiros têm demonstrado baixa padronização e transparência, bem como uma forte influência da área de *marketing*, assim, 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).

Siqueira e Vidal (2003) analisaram 177 demonstrações financeiras e detectaram que apenas vinte e duas destas contemplavam o Balanço Social. A partir destas vinte e duas demonstrações, analisaram até que ponto tais demonstrações evidenciavam, de fato e 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 o impacto de suas atividades na sociedade.

David e Ott (2003, p. 1) objetivaram identificar quais informações as empresas estavam 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”.

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. (DAVID E OTT, 2003, P. 13-14)

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.

4 METODOLOGIA

O presente trabalho constitui-se de pesquisa exploratória, que, segundo Gil (2002, p. 42), tem como propósito principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Assim iniciou-se com um 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.

Na busca de resposta à questão problema, realizou-se uma seleção intencional de dados, por meio da Revista Exame, Melhores e Maiores, edição 2005, na busca das 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, acessaram-se os *sites* das mesmas para proceder à pesquisa documental, que, conforme Gil (2002, p. 45), vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos de pesquisa. Conforme

Apêndice 1, não foi possível investigar cinco empresas, uma vez que a página eletrônica das mesmas não estava disponível, reduzindo o objeto da pesquisa para 30 empresas. Na seqüência, buscaram-se meios de acessar as demonstrações que poderiam evidenciar as informações sociais, conforme parecer 15/87 da CVM de acordo com Brasil (1987), vinculadas à responsabilidade social das empresas listadas.

Analisaram-se 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, de acordo com Triviños (1987, p. 137). Desse modo, transformaram-se 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.

Ao acessar a página de *internet* das empresas buscou-se a divulgação de informações sobre a responsabilidade social corporativa e, assim eram identificadas as demonstrações ou relatórios, por meio dos quais os gestores divulgavam a RSC de suas companhias. Nos casos em que não se tinha acesso à divulgação, diretamente no *site*, entrou-se em contato com o setor de relação com os investidores, para obtê-las. Na medida em que os representantes das empresas informavam/respondiam, os pesquisadores acessavam e davam continuidade à análise dos relatórios.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da análise dos dados das empresas participantes da pesquisa, observou-se, conforme Gráfico 1, que 77% das empresas analisadas evidenciaram, de alguma forma, sua responsabilidade social e utilizaram-se das notas explicativas para tal evidenciação. Verificou-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.

Ressalta-se que o procedimento somatório dos percentuais excede 100% e isto ocorre porque algumas empresas se utilizaram, concomitantemente, de vários meios (relatórios) para a divulgação de sua responsabilidade social (Figura 1).

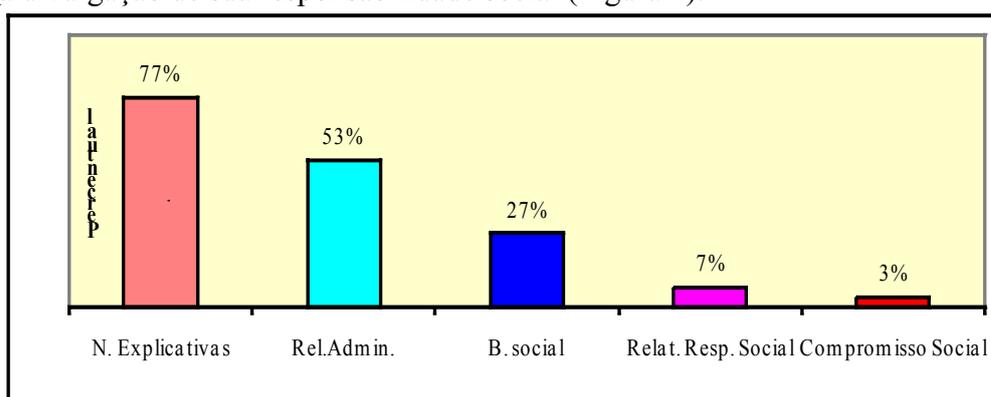


Figura 1: A evidenciação das ações de Responsabilidade Social de 30 maiores empresas de telecomunicação, em 2004.

Fonte: Dados da pesquisa.

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 intuito de divulgar as informações, algumas empresas acabam por elaborar relatórios próprios de RSC com nomes sugestivos, a saber: Relatório de Responsabilidade Social e Relatório de Compromisso Social.

Observou-se neste estudo que não há uma padronização para a divulgação das ações de responsabilidade social, concordando com as pesquisas de Costa Filho (2002) e Carvalho e Siqueira (2005). Tanto no estudo de Costa Filho (2002) – aplicado ao setor bancário – como na pesquisa – praticada no setor de telecomunicações – observou-se que algumas empresas publicam o balanço social de forma isolada enquanto que outras o trazem nas demonstrações contábeis (Notas Explicativas).

Os resultados encontrados sugerem que as empresas do setor de telecomunicações podem ter optado pela divulgação por meio de notas explicativas, principalmente, porque, apesar de o relatório ser obrigatório, não há obrigatoriedade do balanço social. Nesse sentido, na medida em que as empresas não tiverem práticas sociais a serem demonstradas, elas podem deixar de divulgar ou mesmo divulgar de forma superficial, por exemplo, por meio de nota explicativa. Dessa maneira, os resultados corroboram os achados de Nossa (2002), em que as empresas tendem a divulgar as informações positivas com maior ênfase do que as informações negativas.

Esse resultado contribui ainda com os achados de Brito (2005), cujas informações ambientais negativas são negativamente relacionadas ao preço das ações. Assim não seria interessante que as empresas divulgassem informações negativas em relatórios que as destacasse.

Esses informes mais elaborados ora contemplam informações adicionais ao Balanço Social, ora as repetem. O fato que preocupa e dá oportunidade para 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, 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.

6 CONCLUSÕES

O objetivo deste artigo foi investigar os tipos de informes utilizados pelas empresas de telecomunicações do Brasil, para evidenciar as práticas de responsabilidade social corporativa (RSC), em 2004.

Foram analisadas as demonstrações contábeis, notas explicativas, balanços sociais e relatório da administração, na busca de informações sobre a responsabilidade social das 30 empresas do setor de telecomunicação e a forma como as empresas divulgam sua responsabilidade social. Os resultados da pesquisa sugerem que 77% evidenciaram a responsabilidade social em notas explicativas, 53% divulgaram 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.

Registra-se a limitação deste estudo por analisar apenas um setor em um ano. Registra-se, ainda, o fato de que estudar um setor é positivo, uma vez que cada setor pode apresentar suas peculiaridades.

Sugere-se que, em futuras pesquisas, seja investigado até que ponto a variabilidade de práticas de evidenciação da RSC auxilia a sociedade na tomada de decisões em relação às suas empresas. Recomenda-se ainda que, em futuras pesquisas, sejam analisados os dados de um período maior, a fim de se verificar se houve aumento na evidenciação de informações sociais por parte das empresas do setor de telecomunicações. Outra proposição seria a ampliação deste estudo para outros setores, bem como a verificação de um viés excessivamente positivo nas informações sociais divulgadas pelas empresas de outros setores ainda não pesquisados ou de todas as empresas em geral.

Referências

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

_____; COUTINHO, Renata Buarque Goulart; TOMEI, Patrícia Amélia. Responsabilidade social corporativa e cidadania empresarial: uma análise conceitual comparativa. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 24., 2000, Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2000.

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**, v. 38, n. 3, p. 260-272 jul./set. 2003.

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-lei 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.

BRASIL. **Parecer de orientação da CVM n 15, de 28 de dezembro de 1987**. Disponível em: <www.cvm.gov.br>. Acesso em: 17 fev. 2006.

BRITO, Bruno M.B. **A reação do mercado acionário brasileiro a eventos ambientais**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

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...** São Paulo: USP, 2005.

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: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, São Paulo. *Anais*...São Paulo: ANPAD, 2003.

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, p. 195-200, mar. 1988.

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

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

ETHOS. Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. **Perguntas freqüentes**. 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.

100 MAIORES por vendas. *Exame*, São Paulo, p. 52-105, jul. 2005.

FONBRUN, Charles; SHANLEY, Mark. Whats in a name? Reputation building and corporate strategy. *The Academy of Management Journal*, v. 33, n 2 jun 1990. pp-233-258.

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.

GIL. Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

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

GRI. Global Reporting Initiative. **Diretrizes para relatórios de sustentabilidade 2002**. Tradução: Die Presse. 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.

6. *Concurring*: que atua em conjunto para alcançar o mesmo fim.

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

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. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

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

MACHADO, Adriana Leite Costa Silva; LAGE, Allene Carvalho. Responsabilidade Social: Uma Abordagem para o Desenvolvimento Social. O caso da CVRD. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 26., 2002, Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2002.

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. 2002. 246 f. Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2002.

ONU. UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development. **Disclosure of the impact of corporations on society**: current trends and issues. Geneva: United Nations Organizations, 2004.

(Endnotes)

1 PENA, Roberto Patrus Mundim. Responsabilidade social da empresa e business ethics: uma relação necessária? In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 27., 2003, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ANPAD, 2003.

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...** São Paulo: USP, 2003.

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

RIBEIRO, Máisa de Souza; LISBOA, Lázaro Plácido. Balanço social: instrumento de divulgação da interação da empresa com a sociedade. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL

DE PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 23., 1999, Foz do Iguaçu. **Anais...**Foz do Iguaçu: ANPAD, 1999.

SIQUEIRA, Etweraldo. Três momentos da História das telecomunicações no Brasil. 2.ed. São Paulo: Dezembro Editorial, 1999.

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...** São Paulo: USP, 2002.

_____; _____ Balanços sociais brasileiros: uma análise de seu estágio atual. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 3., 2003, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2003.

THOMPSON, Paul; ZAKARIA, Zarina. Corporate social responsibility reporting in Malaysia: progress and prospects. **The Journal of Corporate Citizens Hip**, v. 13, p. 125-137, 2004.

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.

WOOD, Danno. Corporate social performance revised. **Academy of management review**, v 16 n. 4, p. 691-718, Oct. 1991.

APÊNDICE

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

Nº	Classificação	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, Barreiras - 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.

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.