

### **Um pouco da história do Balanço Social**

Ciro Torres\*

Desde o início do século XX registram-se manifestações a favor deste tipo de comportamento. Contudo, foi somente a partir dos anos 60 nos Estados Unidos da América e no início da década de 70 na Europa -particularmente na França, Alemanha e Inglaterra - que a sociedade iniciou uma cobrança por maior responsabilidade social das empresas e consolidou-se a própria necessidade de divulgação dos chamados balanços ou relatórios sociais.

A idéia de responsabilidade social das empresas popularizou-se, nos anos 70, na Europa. E foi a partir desta idéia, que em 1971 a companhia alemã STEAG produziu uma espécie de relatório social, um balanço de suas atividades sociais. Porém, o que pode ser classificado como um marco na história dos balanços sociais, propriamente dito, aconteceu na França em 72: foi o ano em que a empresa SINGER fez o, assim chamado, primeiro Balanço Social da história das empresas.

Na França, várias experiências consolidaram a necessidade de uma avaliação mais sistemática por parte das empresas no âmbito social. Até que em 12 de julho de 1977, foi aprovada a Lei 77.769, que tornava obrigatória a realização de Balanços Sociais periódicos para todas as empresas com mais de 700 funcionários. Este número caiu posteriormente para 300 funcionários.

No Brasil, os ventos desta mudança de mentalidade empresarial já podem ser notados na “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas” desde a sua publicação, em 1965, pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil). Na década de 80, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) chegou a elaborar um modelo. Porém, só a partir do início dos anos 90 é que algumas empresas - muito poucas - passaram a levar a sério esta questão e divulgar sistematicamente em balanços e relatórios sociais as ações realizadas em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários.

Desta forma, o Balanço Social da Nitrofértil, empresa estatal situada na Bahia, que foi realizado em 1984, é considerado o primeiro documento brasileiro do gênero, que carrega o nome de Balanço Social. No mesmo período, estava sendo realizado o BS do Sistema Telebras, publicado em meados da década de 80. O do Banespa, realizado em 1992, compõe a lista das empresas precursoras em BS no Brasil.

Há muito fala-se em responsabilidade social da empresa. E, de fato, pode-se observar que algumas empresas, aqui no Brasil, têm levado a sério suas relações com a comunidade, com o meio ambiente e com seu próprio corpo de funcionários. Até porque, nos últimos anos, essas relações tornaram-se uma questão de estratégia financeira e de sobrevivência empresarial, quando pensamos a longo prazo. Isto sem falar, é claro, do lado ético e humano que a responsabilidade social envolve, e por sua vez, pode desenvolver.

A função principal do balanço social da empresa é tornar público a responsabilidade social da empresa. Isto faz parte do processo de por as cartas na mesa e mostrar com transparência para o público em geral, para os atentos consumidores e para os acionistas e investidores o que a empresa está fazendo na área social. Assim, para além das poucas linhas que algumas empresas dedicam nos seus balanços patrimoniais e dos luxuosos modelos próprios de balanço social que estão surgindo, é necessário um modelo único - simples e objetivo. Este modelo vai servir para avaliar o próprio desempenho da empresa na área social ao longo dos anos, e também para comparar uma empresa com outra. Empresa que cumpre seu papel social atrai mais consumidores e está investindo na sociedade e no seu próprio futuro. E mais ainda, tem o direito, antes do dever, de dar publicidade às suas ações. Porém, esta propaganda será cada vez mais honesta e verdadeira, na justa medida em que utilizar parâmetros iguais e permitir comparações por parte dos consumidores, investidores e da sociedade em geral.

Assim, desde meados de 1997 o sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, e o Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas (Ibase) vêm batendo na mesma tecla e chamando à atenção dos empresários e toda a sociedade para a importância e a necessidade da realização do balanço social das empresas em um modelo único e simples. E este modelo foi desenvolvido no Ibase em parceria com diversos representantes de empresas públicas e privadas, a partir de inúmeras reuniões e debates com setores da própria sociedade.

O objetivo principal de quem atua nesta área deve ser, obviamente, a diminuição da pobreza e das injustiças sociais, através da construção de uma cidadania empresarial. Ou seja, desenvolver uma sólida e profunda responsabilidade social nos empresários e nas empresas, na busca por um maior, melhor e mais justo desenvolvimento humano, social e ambiental.

A ampliação do número de empresas que publiquem seu balanço social também neste modelo único deve ser o grande objetivo deste momento, e por isso, é preciso somar esforços. E cabe aqui ressaltar que se o custo de publicar um balanço social neste modelo simples é bem próximo a zero, esta decisão passa para esfera da vontade política e do nível de compromisso que cada empresa tem com a sociedade.

Foi por isso que em 1997 o Ibase realizou um amplo seminário no Rio de Janeiro, em parceria com diversas empresas públicas e privadas, onde a discussão em torno da importância da realização do balanço social e da própria responsabilidade social reacendeu-se e voltou a pautar a agenda de empresas, da imprensa, de organizações não-governamentais, de institutos de pesquisa e até de instâncias de governo. Para dar prosseguimento a este último grande desafio lançado pelo sociólogo Herbert de Souza (Betinho), realizou-se outro seminário em setembro de 1998 (tendo a Petrobrás e o Jornal Gazeta Mercantil como parceiros), onde destacou-se a importância do reconhecimento e fortalecimento do "Selo Balanço

Social” que está sendo fornecido pelo Ibase às empresas que publicam seu balanço social anualmente.

Algumas iniciativas de se lançar a idéia e a prática da realização do balanço social e de estímulo à responsabilidade social das empresas vêm acontecendo nos últimos anos. Porém, mais do que nunca, precisam continuar, ser ampliadas e incentivadas. Desta forma, o Ibase vem colocando em foco este tema, por acreditar que a parceria entre empresas, governo e sociedade é fundamental para reduzir a pobreza e a injustiça social, promovendo um maior progresso e desenvolvimento social e humano. Contudo, muito ainda precisa ser estudado, pesquisado, e realizado na prática para que esta idéia possa, de fato, gerar frutos concretos para toda sociedade.

(\*) **Ciro Torres** é sociólogo e coordena o Projeto Balanço Social do Ibase.