



## BALANÇO SOCIAL E SUA LIGAÇÃO COM O BALANÇO AMBIENTAL E A TEORIA DA LEGITIMIDADE PARA OS *STAKEHOLDERS*

VALENTINO, Michelle<sup>1</sup>  
LANG, Nicole<sup>1</sup>  
PRIEBE, Anna<sup>2</sup>  
nglang@minha.fag.edu.br

### RESUMO

Com o grande aumento de danos ambientais, as empresas precisam se legitimar perante a sociedade, para reparar os danos causados ao meio ambiente em que está inserida, por isso a Teoria da Legitimidade vem para demonstrar a forma como cada entidade se comporta. E também se utiliza do Balanço Social e sua vertente, que é o Balanço Ambiental para demonstrar aos *stakeholders* o que vem realizando para diminuir os danos causados ao meio ambiente tanto direta ou indiretamente. Este trabalho busca demonstrar a importância do Balanço Social para seus interessados, ou seja, os *stakeholders*. Para o desenvolvimento do trabalho e assim conseguir alcançar o objetivo, foi necessário utilizar pesquisas bibliográficas e artigos relacionados ao tema apresentado. Tendo em vista as informações apresentadas, verificamos o quanto é importante para a empresa ser transparente com as informações que são divulgadas nos relatórios de sustentabilidade para seus *stakeholders*.

**Palavras-chave:** Balanço Social; Balanço Ambiental; Teoria da Legitimidade; *Stakeholders*.

---

<sup>1</sup> Acadêmicas do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade Assis Gurgacz - FAG Toledo

<sup>2</sup> Docente Faculdade Assis Gurgacz FAG Toledo - ORIENTADORA



## INTRODUÇÃO

O Balanço Social é uma demonstração contábil elaborada e divulgada pelas empresas de capital aberto, na qual apresenta as responsabilidades sociais da organização com a sociedade em que ela está inserida (TINOCO, 2010).

Dentro do Balanço Social, existe uma vertente denominada como: Balanço Ambiental, a qual apresenta informações em relação às organizações que de alguma forma, sua atividade prejudica o meio ambiente, e dessa forma, estas empresas precisam estimar o dano que causam e criar/investir em estratégias para reparar tais danos (PRIEBE, 2020).

Sendo assim, vemos o quanto é importante para a entidade ser transparente com as informações divulgadas, ou seja, ser responsável diante de seus *stakeholders* para assim adquirir a confiança de cada um.

A principal motivação para sustentar o presente trabalho de pesquisa, se baseia na importância do Balanço Social para seus interessados, ou seja, os *stakeholders*.

Desta forma, para o desenvolvimento do trabalho, utilizamos a pesquisa bibliográfica, conceituando os principais autores do Balanço Social, Balanço Ambiental e Teoria da Legitimidade reunindo informações que buscam compreender a importância do Balanço Social como ferramenta fundamental para os *stakeholders*.

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já estudadas, e publicadas. O trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já foi estudado sobre determinado assunto, com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (FONSECA, p. 32).



## 1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 1.2 TEÓRIA DA LEGITIMIDADE

A Teoria da Legitimidade começa a partir da teoria institucional de Selznick (1948), onde afirma que a sobrevivência de uma empresa depende principalmente da aceitação e confiança da sociedade em suas condutas (VOLTARELLI, p. 16, 2018).

Sendo assim, é possível entender que esta teoria mostra a forma como a sociedade vê, aceita e confia nas empresas a partir de sua forma de agir.

Podemos relacionar a forma comportamental das entidades com a sociedade, comparando as com um contrato social onde a partir do momento que a empresa não cumpre a sua parte perante a sociedade este contrato se rescinde.

As empresas buscam se legitimar perante a sociedade em que estão inseridas, para que possam atingir objetivos específicos. Assim, as organizações querem que a sociedade os reconheça para evitar que haja julgamento e assim poder trabalhar tranquilamente (VOLTARELLI, 2018).

A legitimidade afeta não só a maneira como o público vê a organização, mas também como age em relação a ela. Uma organização é legítima quando é vista não apenas como mais digna, mas também como mais significativa, mais previsível e mais confiável, o que define os propósitos da busca pela legitimidade: a criação e/ou manutenção da audiência (SUCHMAN, 1995 *apud* MIRA, 2015, p. 9).

Suchman (1995) criou um modelo de legitimidade que utiliza classificar as ações das entidades em pragmática, moral e cognitiva. A moral e cognitiva está mais ligada nas regras culturais já a pragmática na reação que a sociedade irá ter (VOLTARELLI, 2018).

Nas três formas apresentadas por Suchman (1995) que é pragmática, moral e cognitiva, existe estratégias que podem ser utilizadas para ganhar, manter ou recuperar a legitimidade (SUCHMAN, 1995 *apud* VOLTARELLI, 2018)

A forma pragmática da legitimidade tem foco na resposta da sociedade envolvida na organização, ou seja, cada vez que se divulgam relatórios contábeis com informações sociais e ambientais, a empresa já espera



respostas imediatas de seus stakeholders (SUCHMAN, 1995 *apud* VOLTARELLI, 2018, p.32).

A legitimidade moral segundo Suchman (1995) se diferencia da pragmática, pois observa as ações que a entidade está desenvolvendo e se elas afetam positivamente a sociedade em que está inserida, visando além do lucro, o social e ambiental (VOLTARELLI, 2018, p.32).

A legitimidade cognitiva procura adquirir conhecimento para poder explicar para seus funcionários e para a sociedade um modo mais compreensível de comportamento, sendo simples e natural (SUCHMAN, 1995 *apud* VOLTARELLI, 2018).

## 1.2 BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social pode ser definido como uma ferramenta de informação e de gestão, que tem como objetivo a transparência, nas informações contábeis, econômicas, ambientais e sociais (TINOCO, 2010).

Sucupira (2001 *apud* TINOCO, 2010, p.7) diz que:

O Balanço Social apesar de ter sua origem na contabilidade, não deve ser visto apenas como um demonstrativo contábil, mas como uma forma das empresas e outras entidades demonstrarem o cumprimento da sua responsabilidade social, representando um diferencial para aquelas que o adotam.

Iudícibus *et. al.* (2000, p. 31 *apud* TINOCO, 2010, p.4) enfatizam que:

O Balanço Social busca demonstrar o grau de responsabilidade social assumido pela empresa e assim prestar contas à sociedade pelo uso do

patrimônio público, constituído dos recursos naturais, humanos e o direito de conviver e usufruir dos benefícios da sociedade em que atua.

O Balanço Social tem por objetivo ser equitativo e comunicar informação que satisfaça à necessidade de quem dela precisa. Essa é a missão da Contabilidade, como ciência de reportar informação contábil, financeira, econômica, social, ambiental, física, de produtividade e de qualidade, com sustentabilidade, buscando o desenvolvimento sustentável (TINOCO, 2010, p.5).



O Balanço Social surgiu para cobrir uma necessidade da contabilidade, que em um primeiro momento era responsável por informações de cunho financeiro, econômico e patrimonial, apenas. Sendo assim, o Balanço Social passou a atender aos anseios por informações mais voltadas para as esferas social e ecológica.

O Balanço Social não é uma demonstração contábil obrigatória, porém as organizações de capital aberto são obrigadas a elaborar e divulgar as demonstrações contábeis.

Segundo Costa (2012, *apud* PRIEBE, 2020):

As três partes (Pessoal, Ambiental, Demonstração do Valor Adicionado – DVA) do Balanço Social, objetivam fazer com que haja a interação e comunicação com todos os envolvidos na empresa, de uma forma transparente. Além de proporcionar a administração e gestores, tomar decisões com base em indicadores que são formados por meio das informações econômicas-sociais que constam nessa demonstração.

Sendo assim, percebemos a importância de a organização ser transparente, para que a administração e os gestores, possam tomar decisões com base em indicadores que são apresentados nas demonstrações.

A parte do pessoal de uma entidade, visa evidenciar a empregabilidade, remuneração, ou seja, dados que estão relacionados com o pessoal da entidade. Já a parte ambiental, evidencia os investimentos. E por fim, a demonstração do valor adicionado, a qual apresenta a distribuição de lucros, ou seja, demonstra como o lucro está sendo aplicado.

### 1.3 BALANÇO AMBIENTAL

A Contabilidade Ambiental é uma das várias ramificações do Balanço Social, que visa registrar o patrimônio ambiental das entidades e as modificações que ocorrem ano após ano.

O Balanço Ambiental reflete a postura de empresa em relação aos recursos naturais, compreendendo os gastos com preservação, os projetos de proteção e recuperação dos impactos ambientais já causados pela empresa; os investimentos em equipamentos e tecnologia, voltados a área ambiental (GELBCKE *et. al.*, 2018; *apud* PRIEBE, 2021).



As informações que estão evidenciadas no Balanço Ambiental auxiliam na análise do desempenho da empresa em prol da recuperação do meio ambiente, que de alguma forma está impactando direta ou indiretamente (COSTA, 2012 *apud* PRIEBE, 2021).

O Balanço Ambiental é formado por três classes: Ativos, Passivos e Despesas (PRIEBE, 2021).

Os ativos são os recursos financeiros aplicados em bens e direitos de proteção e danos ambientais e ecológicos, ou seja, que auxiliam na minimização de danos, em quanto às despesas estão relacionadas com a manutenção desses bens e direitos, ou então gastos de correção dos efeitos dos danos ambientais (CARVALHO, 1991; TINOCO, 2006; COSTA, 2012 *apud* PRIEBE, 2021).

Já com base no passivo, a Norma Brasileira de Contabilidade (NBC-T 15), apresenta três categorias, sendo elas, regulatória, corretiva ou indenizatória (PRIEBE, 2021).

## 1.4 STAKEHOLDERS

O conjunto dos interessados (*stakeholders*) de um projeto engloba todas as pessoas que de alguma forma podem influenciar no sucesso do projeto. Assim, considera-se interessado desde os fornecedores, os membros da equipe de projeto, os membros da diretoria da empresa e o público externo (usuários e vizinhos) que seja afetado pelo projeto (BARBI, 2021).

Portanto, os *stakeholders*, são as pessoas interessadas pela entidade que, de alguma forma, impacta direta ou indiretamente no meio ambiente em que está inserida.

Sendo assim, entende-se que uma organização responsável é aquela na qual os *stakeholders* (pessoas interessadas) podem confiar, pois apresentam uma postura ética frente a todos os setores da empresa (SROUR, 2000 *apud* PRIEBE, 2020).



## CONCLUSÃO

Para obter os resultados necessários para o presente estudo, foi de suma importância levantar os conceitos bibliográficos de diferentes literaturas relacionadas ao tema, podendo assim verificar a importância desse assunto para a atualidade, já que diariamente existem ocorrências de degradação da natureza, que acaba afetando cada vez mais a população humana, animal e vegetal, trazendo uma grande perda de qualidade de vida para todos.

Tendo em vista as informações apresentadas, verificamos o quanto é importante para a empresa ser transparente com as demonstrações dos relatórios de sustentabilidade para seus *stakeholders*.

## REFERÊNCIAS

BARBI, Fernando C. **Análise dos Stakeholders**. Disponível em: <https://www.provalore.com.br/analise-dos-stakeholders/>. Acesso em: 12 out. 2021.  
FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

MIRA, Ana Paula; A dinâmica de legitimação nas organizações jornalísticas: estudo de caso gazeta do povo; **DITO EFEITO** - ISSN 1984-2376 - v. 6, n. 8, jan./jun. 2015; Disponível em < <https://periodicos.utfpr.edu.br/de/article/viewFile/3185/2547>>; Acesso em: 10 out. 2021.

PRIEBE, Anna Caroline. **Contabilidade avançada**. 2021.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balço social e o relatório da sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2010.

VOLTARELLI, Francielle Rodrigues; **Usinas hidrelétricas: a percepção dos gestores sobre as contribuições da divulgação voluntária para legitimidade organizacional**. 2018. 131 f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Contabilidade) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná. 2018.