



[Texto Anterior](#) | [Próximo Texto](#) | [Índice](#)

ARTIGO

Empresa pública e cidadã

HERBERT DE SOUZA

Está cada vez mais difundida nos vários setores da sociedade a idéia de que a atual situação do mundo requer atenção especial das empresas para sua dimensão social.

Várias empresas no Brasil desenvolvem, há vários anos, nos mais diferentes campos, projetos sócio-culturais: educação, meio ambiente, crianças de rua, geração de renda, cinema, teatro, música, literatura, patrimônio, artes plásticas, entre outros.

As empresas, públicas ou privadas, queiram ou não, são agentes sociais no processo de desenvolvimento. A dimensão delas não se restringe apenas a uma determinada sociedade, cidade, país, mas no modo com que se organiza e principalmente atua, por meio de atividades essenciais. Nos países desenvolvidos, de economia de mercado, as empresas introduzem variáveis sociais nos critérios de gestão e desenvolvimento.

Há cada vez mais a necessidade de demonstrar à sociedade que não se progride sem a pureza do ar, a preservação das florestas e a dignidade da população.

Na França, desde 1977, é legalmente obrigatória a publicação do "balanço social" das empresas com mais de 750 empregados, o que comprova a importância dada pelas sociedades desenvolvidas à gestão empresarial.

Para a grande maioria dos empresários brasileiros, contudo, o conceito de balanço social ainda é novo.

O que é, afinal, o balanço social? Segundo Nelson Gomes Teixeira, é "um instrumento colocado na mão de empresários para que possam refletir, medir, sentir como vai tal empresa, o seu empreendimento no campo social".

Trata-se de uma avaliação para medir e julgar os fatos sociais vinculados à empresa, tanto internamente - empresa/empregados- como externamente (empresa/comunidades).

Assim, o balanço social atende a todos. Para os dirigentes, oferece os elementos essenciais para as decisões sobre programas e responsabilidades sociais que a empresa venha a desenvolver. Os empregados têm a garantia de que as expectativas cheguem até os padrões de uma maneira sistematizada e quantificada.

Os fornecedores e investidores passam a conhecer a maneira

como a empresa encara responsabilidades em relação ao quadro humano, o que representa um indicador de como a instituição é administrada.

Todo esse processo chega até os consumidores, que verificam a qualidade dos produtos. Há uma aproximação entre a empresa e o mercado consumidor.

Quanto ao Estado, cabe a concessão de subsídios, importantes para a elaboração de normas legais que regulamentem, da maneira mais adequada, a atividade das empresas para o bem-estar individual e da comunidade. Sem distinção, chegando ao lucro sem ultrapassar os limites sociais. Por consequência, mais lucro, maior satisfação dos funcionários e consumidores.

É possível pensar nessa realidade: ter não somente um balanço financeiro das empresas, mas um social, para que o conjunto da sociedade tome conhecimento do que já avançamos e do que teremos ainda a avançar nessa direção.

Os tempos e as consciências estão maduras para que essa idéia caia em terreno fértil e se transforme em realidade. Que cada um tome a iniciativa e faça a sua parte enquanto há tempo. O Brasil não pode esperar que o desenvolvimento passe por cima dos interesses e das cabeças de milhões de pessoas.

Temos que entrar no ano 2000 (afinal, a virada do século) sob o signo de estar fazendo agora tudo o que já deveríamos ter feito há muitos séculos: a eliminação da miséria, tão grave e assustadora neste país.

Com isso, mostramos que não somos mais indiferentes à distância cada vez maior entre os que têm e os que não têm.

Herbert de Souza, 61, é sociólogo, diretor do Ibase (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) e articulador nacional da Ação da Cidadania contra a Miséria e pela Vida.

[Texto Anterior](#) | [Próximo Texto](#) | [Índice](#)

[ASSINE](#)[BATE-PAPO](#)[BUSCA](#)[E-MAIL](#)[SAC](#)[SHOPPING UOL](#)

Copyright 1997 Empresa Folha da Manhã