

# DISCLOSURE SOCIAL E ISOMORFISMO NAS EMPRESAS LISTADAS NO ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL

## *DISCLOSURE AND SOCIAL ISOMORPHISM IN COMPANIES LISTED IN CORPORATE SUSTAINABILITY INDEX*

Data de submissão: 16/06/2013

Aceite: 05/04/2014

Patrícia Vasconcelos Rocha Mapurung<sup>1</sup>

Bruno Chaves Correia-Lima<sup>2</sup>

Allan Pinheiro Holanda<sup>3</sup>

### RESUMO

O objetivo desta pesquisa consiste em examinar a existência de práticas de *disclosure* social nas empresas que compõem o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), sob o enfoque do isomorfismo, ou seja, comparar se a divulgação ou não de determinada prática social, pelas maiores empresas que compuseram o ISE, são também divulgadas pelas demais empresas. Para mensurar o *disclosure* social, adotou-se a métrica proposta por Vieira (2006), composta por 16 itens de divulgação referentes às informações sociais, a serem evidenciados nos Relatórios Anuais das empresas. O grupo das “maiores empresas” foi formado pelo Banco Brasil SA (1º Lugar) e Banco Bradesco SA (2º Lugar). A amostra se constitui nas 37 sociedades de capital aberto listadas no ISE na versão 2010/2011. Os resultados forneceram subsídios para admitir a hipótese de que as maiores empresas serão seguidas pelas demais empresas quanto à divulgação de informações sociais.

**Palavras-chave:** Teoria Institucional; Isomorfismo; *Disclosure*; ISE.

---

<sup>1</sup> Possui graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Ceará – UFC e mestrado em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará – UFC. Atualmente é Analista de Controle Externo - TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DO CEARA. Fortaleza. Ceará. Brasil. E-mail: pattivasconcelos@hotmail.com

<sup>2</sup> Possui graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Ceará – UFC, graduação em Administração pelo Centro Universitário Estácio FIB, mestrado em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará – UFC e doutorado em andamento em Administração pela Universidade Federal da Bahia – UFBA. Salvador. Bahia. Brasil. E-mail: brunoccl@hotmail.com

<sup>3</sup> Possui graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Ceará – UFC e mestrado em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará – UFC. Fortaleza. Ceará. Brasil. E-mail: allanpholanda@yahoo.com.br

## ABSTRACT

*The objective of the research is to examine the existence of social disclosure practices in companies that compose the ISE under the approach of isomorphism, in other words, we compared the disclosure or not a particular social practice by major companies comprising the ISE are also disclosed by other companies. Adopted the metric proposed by Vieira (2006) to measure social disclosure, the metric is composed of 16 disclosure items relating to social information to be disclosed in the Annual Reports of the companies. The group of "major companies" was composed by the Bank Brazil SA (1st Place) and Banco Bradesco SA (2nd Place). The sample was composed of 37 public companies listed on the ISE in version 2010/2011. The results provide subsidies to non-rejection of the hypothesis that the larger companies will be followed by other companies as the disclosure of social information.*

**Keywords:** Institutional Theory; Isomorphism; Disclosure; ISE.

## 1 INTRODUÇÃO

Czesnat e Machado (2012, p. 294) afirmam que "na busca da legitimação social, uma organização tende a se parecer com as demais que compõem o ambiente organizacional do qual ela participa", o que é denominado isomorfismo institucional.

Para a teoria institucional, "as organizações necessitam incorporar regras e crenças institucionalizadas para que sejam percebidas como legítimas", legitimidade essa que pode ser alcançada pela divulgação voluntária de informações sociais (SAMPAIO et al., 2012, p. 109).

Assim, a divulgação voluntária se daria com o propósito de legitimação perante a sociedade. Corroborando essa afirmativa, Beuren, Hein e Boff (2011, p. 2) afirmam que a evidenciação voluntária das informações de natureza ambiental e social "pode estar ligada à necessidade das empresas buscarem a legitimação no ambiente em que se inserem, ou manter sua legitimidade organizacional já reconhecida pela sociedade".

Essa legitimação se daria em função da crescente preocupação da sociedade com as questões sociais e ambientais, fazendo com que a divulgação dessas informações seja capaz de influenciar as opiniões dos *stakeholders* sobre essas empresas.

Nessa perspectiva, Dias Filho (2007, p. 1) afirma que "nos últimos anos, tem-se observado expressivo crescimento no volume de evidenciações corporativas de caráter voluntário, particularmente as empresas que privilegiam questões de natureza social e ambiental". Para o autor, essa tendência está ocorrendo também no Brasil, onde muitas empresas estão incorporando o hábito de divulgar essas informações.

Isso ocorre em parte porque a inclusão voluntária de informações sociais e ambientais "pode ajudar o administrador a transmitir a ideia de que a sua empresa está agindo de uma maneira socialmente responsável e, assim, defender seus valores, suas ideias, suas decisões e suas ações" (SANCOVSKI; COUTINHO E SILVA, 2006, p. 2). Além disso, conforme Boff et al. (2010, p. 3), "as empresas possuem um compromisso social com a sociedade, não devendo mais almejar somente o lucro", fazendo-se necessário um relacionamento de respeito também no aspecto social.

Nesse contexto, de busca das organizações por legitimidade, ressalta-se a utilização de práticas isomórficas como um mecanismo de institucionalização pelas empresas. Scott (1995) enumera elementos institucionais, a saber: regulativo, normativo e cognitivo, destacando-se esse último como aquele que relaciona o isomorfismo como um mecanismo de institucionalização.

Assim, pelas práticas isomórficas há uma tendência de as empresas copiarem seus pares e apresentarem, por exemplo, divulgações homogêneas entre si, sendo, pois, possível que, quando sujeitas às mesmas condições ambientais, as empresas sejam semelhantes, inclusive quanto à divulgação de informações sociais.

Segundo Woywode (2001), um dos fatores que revela a influência de um ator institucional sobre os demais é o maior controle de recursos. Ou seja, na busca pela legitimidade, as instituições tendem a realizar práticas isomórficas em relação aos atores de maior importância.

Ainda no contexto dessas questões relacionadas às preocupações sociais tanto por parte das empresas quanto da sociedade, a Bolsa de Valores de São Paulo, em 2005, criou o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), que consiste em um índice de mercado que reúne empresas com alto comprometimento socioambiental. O ISE foi baseado em outros índices internacionais como o *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI), *FTSE4Good Series* e *Johannesburg Stock Exchange SRI Index* (NUNES et al., 2010).

Diante das considerações postas, a presente pesquisa é motivada pelo seguinte questionamento: existe isomorfismo nas práticas de *disclosure* social nas empresas que compõem o ISE?

Para responder ao problema proposto, verificou-se se as práticas de divulgação de informações sociais das maiores empresas, que compuseram o ISE, foram seguidas pelas demais empresas. Dito de outro modo, buscou-se examinar se as empresas adotam uma postura isomórfica ao copiar as grandes empresas.

Assim, o objetivo da pesquisa consiste em examinar a existência de práticas de *disclosure* social nas empresas que compõem o ISE, sob o enfoque do isomorfismo.

Na premissa de que as empresas pequenas e intermediárias, em busca de uma maior legitimação para as suas ações, seguirão as maiores empresas de seu grupo, assume-se a seguinte hipótese: maiores empresas serão seguidas pelas demais empresas quanto à divulgação de informações sociais.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Considerando o objetivo da pesquisa, o referencial teórico foi estruturado de modo que, inicialmente, sejam discutidos aspectos do isomorfismo institucional, seguindo-se das questões referentes ao *disclosure* social. Além disso, apresenta-se ainda um levantamento de estudos empíricos anteriores abrangendo o assunto.

### 2.1 A Teoria Institucional e o Isomorfismo

De modo recorrente, evidências empíricas têm apresentado a consideração de elementos cognitivos na formação de estratégias organizacionais, a partir de conteúdos e mecanismos configurados, na percepção e na interpretação de estímulos externos (FONSECA; MACHADO-DASILVA, 2010). Dentre essas perspectivas, destaca-se a Teoria Institucional, cujo ponto central é a consideração do ambiente em busca por legitimidade (SCOTT, 2008).

Para a Teoria Institucional, práticas organizacionais são “ações sociais regularizadas e recorrentes que continuamente constroem e reconstróem a organização como um sistema social espaciotemporalmente delimitado” (ALBUQUERQUE-FILHO; MACHADO-DASILVA, 2009, p. 632). Por essa perspectiva, as organizações necessitam incorporar regras e crenças institucionalizadas para que sejam percebidas como legítimas (TOLBERT; ZUCKER, 1999).

Nas organizações, identificam-se dois diferentes ambientes: o técnico e o institucional (SCOTT; MEYER, 1991). O comportamento das organizações é influenciado pelo ambiente formado não apenas por variáveis técnicas, a exemplo de recursos humanos, financeiros e materiais objetivando alcançar eficácia e produtividade, mas também por elementos culturais e cognitivos criados e consolidados por meio da interação social, buscando legitimidade e, conseqüentemente, longevidade social (FERNÁNDEZ-ALLES; VALLE-CABRERA, 2006).

Relações organizacionais e mecanismos institucionais, como isomorfismo e estruturação, estimulam a disseminação de formas e práticas organizacionais objetivando ir além da eficiência (ZATTONI; CUOMO, 2008). Embora nos primeiros anos de existência algumas organizações se caracterizem pela diversificação e a especialização (SANTOS, 2013), com o passar do tempo, a dependência ambiental da estrutura organizacional demonstra a valorização de decisões e ações que são moldadas por um padrão tido como aceitável, correto, segundo a política existente no campo e a cultura predominante, gerando o efeito da adequação às práticas institucionalizadas (LIMA, 2012). Uma organização é dita legítima, então, na medida em que seus meios e seus fins estão em conformidade com normas, valores e expectativas sociais (ASHFORT; GIBBS, 1990).

Essas expectativas, entendidas como padrões, se configuram como fortes mitos racionalizados que são potencializados por diferentes fontes, tais como a opinião pública, os sistemas educativos, as leis, os tribunais, as profissões, as ideologias, as tecnologias, as estruturas reguladoras, as honras e prêmios, os órgãos de certificação, os requisitos e as aprovações governamentais (SCOTT, 2001). A relevância do fenômeno da legitimidade é fortemente percebida em empresas de capital aberto por envolver expectativas dos investidores sobre informações divulgadas (ROSSONI; MACHADO-DA-SILVA, 2010). Uma das formas dessas divulgações objetivando legitimidade tem se manifestado por meio da evidenciação voluntária de informações socioambientais, por alinhar-se com as preocupações da sociedade (HOPWOOD, 2009).

A resposta positiva das organizações às expectativas dos variados atores sociais mencionados é a busca pela legitimidade social, que está relacionada a três “pilares”, ou elementos institucionais, segundo Scott (1995): regulativo (regras, leis), normativo (certificação, acreditação) e cognitivo (predomínio, isomorfismo).

Desses três ressalta-se neste trabalho o elemento cognitivo por destacar o isomorfismo como mecanismo de institucionalização. O pilar cognitivo enfatiza a relevância da subjetividade das ações e suas interpretações, em que são valorizados símbolos e significados compartilhados na realidade social. Os atores agem sob regras construídas a partir de suas interações sociais, além das razões racionalmente objetivas e das coerções existentes. Assim, configura-se um amplo sistema de crença tido como natural, dado, e por isso, não questionado (SCOTT, 1995).

Ao valorizar a interpretação subjetiva das ações e da realidade social o elemento cognitivo está relacionado a mecanismos de homogeneidade entre as organizações. Pelas premissas da Teoria Institucional essa homogeneidade é chamada de isomorfismo, conceito que pressupõe que as características de evidenciação com relação a conteúdo, forma de apresentação e quantidade de informações praticadas pelas empresas de um mesmo setor tendem a ser semelhantes (SAMPAIO et al., 2012).

DiMaggio e Powell (1983) classificam os isomorfismos como competitivo e institucional. O primeiro, conforme Ocaña (2006, p. 42), “explica a busca por um lugar no mercado, por recursos e por clientes; mas não é suficiente, na visão dos autores, para explicar o moderno mundo das organizações”. Já o isomorfismo institucional se faz essencial para uma compreensão mais ampla da legitimidade, pois organizações competem não somente por recursos e clientes, mas por força política e legitimidade institucional, por conveniência social tanto quanto econômica (DIMAGGIO; POWELL, 1983).

No isomorfismo institucional há uma subdivisão de três mecanismos, a saber: coercitivo, que se caracteriza como um mecanismo que aborda a influência política em um ambiente onde as organizações mais fortes forçam outros atores da cadeia a adotar práticas semelhantes às suas (VENTURA, 2005); mimético, que ocorre “quando organizações copiam as práticas de outras que julgam de ponta, tentando com isso livrar-se das incertezas ambientais” (VENTURA, 2005, p. 43); e

normativo, no qual há definições acerca dos melhores procedimentos e normas de trabalho, criando padrões reconhecidos, treinamentos e capacitações que geram uma educação formal tornando as práticas organizacionais cada vez mais semelhantes (DIMAGGIO; POWELL, 1991).

As semelhanças entre as organizações de um mesmo ambiente institucional tendem a aumentar de forma gradativa no decorrer da estruturação do campo. Por isso, é possível identificar a elevação da intensidade de isomorfismos. Segundo as seis hipóteses de DiMaggio e Powell (1991), o grau de isomorfismo será maior à medida que também forem maiores: a dependência de uma só fonte de apoio de recursos vitais; o grau em que as organizações em um campo realizam transações com agências do Estado; a limitação no número de organizações modelo em um campo; o grau de incerteza tecnológica dentro de um campo; o grau de profissionalização em um campo; e; o grau de estruturação de um campo.

Assim, o grau de isomorfismo se constitui como uma capacidade de adaptação dinâmica, capaz de gerar flexibilidade nas respostas às mudanças mercadológicas por meio de uma aprendizagem orientada, implementando, além de *feedback*, mecanismos impulsionadores, tais como estratégia de desenvolvimento, planejamento de ações e desenvolvimentos organizacionais adequados (ALPAY et al., 2008).

A partir das ideias preconizadas pelo Novo Institucionalismo, uma organização tende a adotar o discurso e os procedimentos vinculados ao Desenvolvimento Sustentável se isso for necessário para ela demonstrar que está comprometida e em concordância com os padrões sociais e, assim, buscar sua legitimação.

Diante disso, na busca por legitimidade, é possível que as organizações adotem discursos e procedimentos vinculados ao desenvolvimento sustentável se perceber isso como meio para demonstrar seu compromisso e concordância com padrões sociais legitimados (TREVISAN et al., 2012). Em função do isomorfismo institucional que ocorre nas organizações, quando sujeitas às mesmas condições ambientais, podem apresentar semelhanças a seus pares, inclusive quanto à divulgação de informações sociais.

## **2.2 Disclosure Social**

O *disclosure* de informações contábeis tem grande relevância para seus usuários na medida em que os subsidia na tomada de decisão. Nesse processo, os usuários necessitam das informações e a contabilidade as fornece. Para Lopes e Martins (2005), o *disclosure* constitui um compromisso inalienável da contabilidade com seus próprios objetivos.

O *disclosure* pode ocorrer mediante uma imposição legal, ou por uma ação discricionária das empresas, ou seja, pode ser obrigatório ou voluntário, respectivamente (HEALY; PALEPU, 2001). Nesse último caso, mesmo não estando legalmente obrigada, entendendo que as informações são relevantes aos usuários das demonstrações contábeis, ou mesmo que lhes trarão benefício, a empresa pode divulgá-las.

Dentre as informações relevantes citam-se as informações sociais, as quais têm sido cada vez mais demandadas pelos usuários. Czesnat e Machado (2012) afirmam que essas informações podem ser divulgadas voluntária ou compulsoriamente, citando, neste último caso, a Demonstração do Valor Adicionado, obrigatória no Brasil a partir da Lei nº 11.638, de 2007. Assim, “atrelado ao cumprimento ético e moral das empresas com o seu público interno e externo” (BEUREN; HEIN; BOFF, 2011, p. 7), o *disclosure* voluntário pode relacionar-se à divulgação de informações sociais, as quais se apresentam como diferencial aos usuários, na medida em que esses “serão providos de informações mais completas para analisar o comportamento da organização” (BOFF et al., 2010, p. 3).

Atualmente o papel das organizações empresariais ultrapassa a questão unicamente econômica, e assume novas facetas como ações de Responsabilidade Social Corporativa (TEIXEIRA; MORAES, 2013), nessa perspectiva a empresa pode divulgar voluntariamente informações sobre essas ações e que possam melhorar sua imagem diante dos usuários, as quais, por exemplo, “podem identificar ações sociais que mostram o papel da empresa como agente participativo e preocupado com a evolução de todos os elementos da sociedade” (BOFF et al., 2010, p. 3).

Czesnat e Machado (2012, p. 292) dispõem que “a vinculação de uma empresa com uma imagem socialmente responsável pela sociedade é considerada por alguns autores como um ponto crucial de sua permanência no mercado”. Assim, Oliveira et al (2012) afirmam que, embora não sejam obrigadas, as organizações estão divulgando essa ação, de forma espontânea, em seus relatórios contábeis e sociais e em outros documentos.

Como se trata de uma discricionariedade, Sancovschi e Coutinho e Silva (2006, p. 2) dispõem que os administradores podem se utilizar da evidenciação social voluntária para prover informações sobre suas empresas “de modo a legitimar seu comportamento, especialmente em momentos em que essas empresas tenham suas atividades, seus produtos ou seus objetivos questionados”. Ou seja, essa divulgação pode ajudar as empresas a legitimarem ou manterem sua legitimidade.

Sob esse mesmo enfoque Sampaio et al. (2012, p. 107) entendem que

[...] a elevação na quantidade de *disclosure* socioambiental reflete a preocupação de elas serem percebidas como entidades responsáveis perante a sociedade e o ambiente onde desenvolvem suas atividades. A publicação dessas informações tem funcionado como instrumento de legitimação, uma vez que a pressão sobre as empresas está também associada a esse processo de divulgação de natureza social e ambiental.

Nessa mesma linha de raciocínio Czesnat e Machado (2012, p. 292) dispõem que “a legitimidade social é concedida às organizações a partir do momento em que suas crenças e valores se alinham ao conjunto de crenças e valores que a sociedade entende como correto”, o que pode ocorrer com a publicação dessas informações pelas empresas.

Segundo Dias Filho (2007, p. 2), a valorização pelas empresas brasileiras das informações de cunho social e ambiental “tem levado a comunidade científica da área contábil a investigar as razões pelas quais determinadas empresas resolvem expandir suas evidenciações independentemente de exigência legal”. Nesse sentido, muitos estudos sugerem que as empresas divulgam essas informações na busca por legitimar-se na sociedade.

### 2.3 Estudos Empíricos Anteriores

Deegan, Rankin e Tobin (2002) analisam as divulgações sociais e ambientais da BHP Ltd (uma das maiores empresas australianas) no período de 1983-1997, com o objetivo de analisar se a evidenciação ambiental e social apresentava relação com a teoria da legitimidade. Para tanto, os autores testaram a relação entre a preocupação da comunidade com determinadas questões sociais e ambientais, a qual foi medida pelo grau de atenção da mídia, e as divulgações da BHP sobre as mesmas questões. Os resultados corroboraram a teoria de que as empresas divulgam as informações sociais como estratégia para legitimação, bem como verificaram a tendência de se proporcionar maior informação social e ambiental nos últimos anos.

Sancovschi e Coutinho e Silva (2006) analisaram como a empresa Petróleo Brasileiro SA utilizou a evidenciação voluntária de informações sociais em seus relatórios anuais, no período de 1993 a 2002, para encaminhar questões relacionadas com sua atividade, diante de uma possível ameaça ou perda de legitimidade. Os resultados sugerem que, consciente ou inconsciente-

mente, os administradores da empresa analisada adotam determinados padrões quanto à forma e ao conteúdo da evidenciação de informações sociais nos relatórios anuais como parte de um processo de recuperação da sua legitimidade.

Dias Filho (2007) objetivou levantar evidências empíricas do poder preditivo e explicativo da Teoria da Legitimidade no tocante à definição de políticas de evidenciação contábil, abrangendo as evidenciações voluntárias de conteúdo social e ambiental. Nos resultados, concluiu-se que as organizações utilizam a contabilidade não apenas como instrumento de apoio a decisões de caráter econômico, mas também como meio de conquistar, manter e recuperar legitimidade no ambiente em que operam.

Czesnat e Machado (2012) objetivaram identificar as formas isomórficas de legitimação relacionadas com as práticas de Responsabilidade Social e Ambiental das empresas de telecomunicações listadas na Bovespa, entre 1998 e 2008, totalizando 19 empresas. Concluiu-se então que as empresas de telecomunicações fizeram uso dos três tipos de isomorfismo (mimético, normativo e coercitivo) em suas evidenciações sociais e ambientais no período pesquisado, especialmente do normativo, como estratégia de legitimação na divulgação de suas práticas de Responsabilidade Socioambiental.

Oliveira et al. (2012) investigaram as principais características da divulgação de informações sociais das 30 maiores empresas brasileiras e das 30 maiores empresas britânicas classificadas segundo o *ranking* The Global 2000, da revista Forbes, e as prováveis explicações para os resultados à luz da Teoria Institucional. Os resultados mostraram, dentre outros pontos, uma maior divulgação dos indicadores faturamento total bruto e pagamentos ao governo – explicada a partir do pilar regulativo da Teoria Institucional; do indicador contribuições voluntárias à sociedade civil – explicada pelo pilar cognitivo da Teoria Institucional; e do indicador novos investimentos – atribuída ao peso do grupo de *stakeholders* a quem se destina a informação.

Sampaio et al. (2012) estudaram a eventual presença de um processo isomórfico entre os relatórios anuais e de sustentabilidade das empresas que exploram a atividade de mineração, verificando até que ponto o volume de evidenciação de informações dessa natureza são semelhantes. Os resultados permitiram verificar um aumento no volume de informações socioambientais no período analisado, o que reforça o pressuposto da Teoria da Legitimidade, bem como a presença de isomorfismo com relação aos indicadores sociais internos e externos nos relatórios anuais e de sustentabilidade. Por outro lado, não foi possível identificar um processo isomórfico entre os indicadores ambientais e de atendimento às diretrizes do GRI nesses relatórios.

### 3 METODOLOGIA

A pesquisa possui características exploratórias e descritivas, e adotou procedimentos bibliográficos e documentais. O procedimento bibliográfico é indispensável em qualquer tipo de pesquisa científica, consistindo na análise de livros, periódicos e dicionários (MARTINS; THEÓPHILO, 2009), ao passo que o procedimento documental refere-se à análise de documentos que auxiliam na coleta, organização e análise dos dados (RICHARDSON, 2008).

Quanto à natureza, sua abordagem é quantitativa, pois utiliza procedimentos estatísticos para organizar, sumarizar, caracterizar e interpretar os dados. (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

A amostra da pesquisa foi composta pelas 37 sociedades de capital aberto listadas no ISE na versão 2010/2011, conforme evidenciado no Quadro 1, o qual contém, ainda, o Setor de Atuação e o Tamanho das empresas (mensurado pelo Ativo Total).

**Quadro 1 - Amostra da Pesquisa**

	<b>Empresa</b>	<b>Setor</b>	<b>Tamanho (Ativo Total)</b>
1	Indústrias Romi S.A.	Máquinas, Equipamentos, Veículos e Peças	R\$ 1.839.019,00
2	Even Construtora e Incorporadora S.A.	Const. Civil, Mat. Const. e Decoração	R\$ 2.041.802,00
3	Anhanguera Edu. Participações S.A	Educação	R\$ 2.576.108,00
4	Natura Cosmético S.A.	Farmacêutico e Higiene	R\$ 2.609.022,00
5	Cia Energética do Ceará	Energia Elétrica	R\$ 3.075.933,00
6	Sul America S.A.	Seguradora	R\$ 3.376.001,00
7	Light S.A.	Energia Elétrica	R\$ 3.469.254,00
8	AES Tiete S.A.	Energia Elétrica	R\$ 4.208.448,00
9	Energias Do Brasil S.A.	Energia Elétrica	R\$ 4.801.165,00
10	Duratex S.A.	Const. Civil, Mat. Const. e Decoração	R\$ 5.456.925,00
11	Ultrapar Participações S.A.	Comércio	R\$ 6.539.581,00
12	CPFL Energia S.A.	Energia Elétrica	R\$ 7.041.920,00
13	Cia Saneamento De Minas Gerais	Saneamento, Serv. Água e Gás	R\$ 7.309.840,00
14	Tractebel Energia S.A.	Energia Elétrica	R\$ 9.687.063,00
15	Metalúrgica Gerdau S.A.	Metalurgia e Siderurgia	R\$ 9.965.135,00
16	Tim Participações S.A.	Telecomunicações	R\$ 10.857.137,00
17	Tele Norte Leste Participações S.A.	Telecomunicações	R\$ 11.184.535,00
18	Eletropaulo Metropolitana Elet. de São Paulo S.A.	Energia Elétrica	R\$ 11.396.011,00
19	Embraer Emp. Brasil. de Aeronáutica S.A.	Máquinas, Equipamentos, Veículos e Peças	R\$ 12.279.116,00
20	Cia Energética de Minas Gerais	Energia Elétrica	R\$ 13.469.052,00
21	Vivo Participações S.A.	Telecomunicações	R\$ 13.584.577,00
22	Banco Industrial e Comercial S.A.	Banco	R\$ 16.735.389,00
23	Suzano Papel E Celulose S.A	Papel e Celulose	R\$ 18.677.950,00
24	Cia Energética de São Paulo	Energia Elétrica	R\$ 18.884.004,00
25	Brasil Foods S.A.	Comércio	R\$ 18.892.303,00
26	Redecard S.A.	Sem Setor Principal	R\$ 22.979.256,00
27	Cia Saneamento Básico Estado SP	Saneamento, Serv. Água e Gás	R\$ 23.293.050,00
28	Gerdau S.A.	Metalurgia e Siderurgia	R\$ 23.588.992,00
29	Itaúsa Investimentos Itaú S.A.	Sem Setor Principal	R\$ 28.218.000,00
30	Fibria Celulose S.A.	Papel e Celulose	R\$ 29.147.693,00
31	Braskem S.A.	Petroquímicos e Borracha	R\$ 30.407.089,00
32	Itaú Unibanco Holding S.A.	Energia Elétrica	R\$ 81.251.299,00
33	Eletrobrás Participações S.A.	Energia Elétrica	R\$ 105.663.349,00
34	Vale S.A.	Extração Mineral	R\$ 186.360.229,00
35	Banco Santander (Brasil) S.A.	Banco	R\$ 396.371.859,00
36	Banco Bradesco S.A.	Banco	R\$ 635.081.129,00
37	Banco Brasil S.A.	Banco	R\$ 737.497.177,00

Após a definição da amostra do estudo fez-se necessário estabelecer o critério para medir o nível de *disclosure* social. Decidiu-se, pois, adotar a métrica proposta por Vieira (2006) e utilizada em pesquisas como as de Beuren *et al.* (2010) e Holanda e Mapurunga (2012), na qual constam 16 itens de divulgação referentes a informações sociais a serem evidenciados nos Rela-

tórios Anuais das empresas, conforme disposto no Quadro 2:

**Quadro 2 - Métrica para avaliação do nível de *disclosure* social**

1	... publica alguma demonstrativo em que constam informações de natureza social e ambiental?
2	... a evidenciação de riqueza gerada e distribuída?
3	... evidencia no relatório da administração e/ou nas notas explicativas dados referentes à remuneração do corpo funcional?
4	... evidencia no relatório da administração e/ou nas notas explicativas dados referentes à benefícios concedidos do corpo funcional?
5	... evidencia no relatório da administração e/ou nas notas explicativas dados referentes composição do corpo funcional
6	... evidencia no relatório da administração e/ou nas notas explicativas dados referentes contingências e passivos trabalhistas da entidade?
7	... evidencia no relatório da administração e/ou nas notas explicativas dados relativos à interação da entidade com o ambiente externo e relacionamento com a comunidade, clientes, fornecedores e incentivos decorrentes dessa interação?
8	... utiliza critérios de responsabilidade social para a seleção de fornecedores?
9	... evidencia a remuneração bruta segregada por empregados, administradores, terceirizados e autônomos?
10	... evidencia gastos com previdência privada?
11	... evidencia gastos com cultura, seja com seu público interno quanto externo?
12	... evidencia participação dos funcionários nos resultados?
13	... evidencia informações relativas a ações trabalhistas?
14	... evidencia valor de indenizações e multas pagas por determinação da justiça a empregados?
15	... evidencia investimentos em educação?
16	... evidencia o número de reclamações recebidas por meio dos órgãos de proteção e defesa do consumidor?

Fonte: Vieira (2006).

Para a quantificação do nível de *disclosure* de informações sociais atribuiu-se o valor binário 1 (um) quando a informação requerida estava presente e, no caso contrário, o valor 0 (zero). Segundo Wallace e Naser (1995) pesos iguais para todas as categorias refletem a percepção de todos os itens de divulgação em conjunto, sem privilegiar nenhum desses.

Nesses termos, o nível de *disclosure* mínimo a ser obtido por cada empresa foi 0 (zero), o que significou que a empresa não atendeu a nenhuma das evidenciações constantes da métrica, e o máximo, 16 (dezesseis), o que representou o atendimento integral à métrica.

Os dados necessários da pesquisa foram coletados nos Relatórios Anuais e Demonstrações Contábeis referentes ao ano de 2010. Para Czesnat e Machado (2012, p. 292), “é compreensível que as empresas adotem o RA como meio de comunicar aos interessados as suas práticas de Responsabilidade Socioambiental, pois se observa um número cada vez maior de organizações que utilizam este relatório para este fim”.

O problema de pesquisa foi respondido ao se comparar se a divulgação ou não de determinada prática social pelas maiores empresas que compuseram o ISE são também divulgadas pelas demais empresas, ou seja, buscou-se examinar se as empresas adotam uma postura isomórfica ao copiar as grandes empresas, já que na visão Woywode (2001) as firmas com maiores quantidades recursos, ou seja, as maiores empresas possuem uma maior intensidade de influência de posturas isomórficas.

Para tanto, adotou-se como “maiores empresas” as duas maiores empresas em Ativos Totais em 2010, que foram Banco do Brasil SA (1º Lugar) e Banco Bradesco SA (2º Lugar). As outras 35 empresas da amostra inseriram-se no grupo classificado de “demais empresas”. A escolha do Banco do Brasil SA e do Banco Bradesco SA como maiores empresas justifica-se pelo fato de essas duas empresas possuírem as maiores quantidades de recursos disponíveis. A soma dos recursos das duas empresas chega a ser superior à soma dos recursos das demais empresas.

Após coletados os dados da pesquisa, realizou-se uma primeira análise que consistiu na comparação “prática por prática” para testar a existência do isomorfismo nas empresas quanto ao *disclosure* de informações sociais. Posteriormente, realizou-se teste de diferença de média de Mann-Whitney para investigar se as demais empresas da amostra adotam *disclosure* de informações sociais similar ao empregado pelas maiores empresas.

## 4 RESULTADOS

Após coleta de dados realizada nos Relatórios Anuais e Demonstrações Contábeis das empresas que compuseram a amostra de pesquisa foi possível observar o nível de *disclosure* de informações sociais, demonstrando-se na Tabela 1 a frequência das informações divulgadas.

**Tabela 1 - Itens divulgados**

<b>Informação</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
... evidencia a remuneração bruta segregada por empregados, administradores, terceirizados e autônomos?	0	0%
... evidencia no relatório da administração e/ou nas notas explicativas dados referentes à remuneração do corpo funcional?	1	3%
... evidencia gastos com cultura, seja com seu público interno ou externo?	10	27%
... evidencia no relatório da administração e/ou nas notas explicativas dados referentes à composição do corpo funcional?	12	32%
... publica algum demonstrativo em que constam informações de natureza social e ambiental?	14	38%
... evidencia o número de reclamações recebidas por meio dos órgãos de proteção e defesa do consumidor?	14	38%
... evidencia investimentos em educação?	16	43%
... utiliza critérios de responsabilidade social para a seleção de fornecedores?	17	46%
... evidencia informações relativas a ações trabalhistas?	23	62%
... evidencia participação dos funcionários nos resultados?	26	70%
... evidencia no relatório da administração e/ou nas notas explicativas dados relativos à interação da entidade com o ambiente externo e relacionamento com a comunidade, clientes, fornecedores e incentivos decorrentes dessa interação?	28	76%
... evidencia valor de indenizações e multas pagas por determinação da justiça a empregados?	28	76%
... evidencia gastos com previdência privada?	29	78%
... a evidenciação de riqueza gerada e distribuída?	37	100%
... evidencia no relatório da administração e/ou nas notas explicativas dados referentes a benefícios concedidos ao corpo funcional?	37	100%
... evidencia no relatório da administração e/ou nas notas explicativas dados referentes a contingências e passivos trabalhistas da entidade?	37	100%

Observa-se, com base na Tabela 1, que metade dos itens de divulgação obteve uma frequência de divulgação superior a 50%, indicando que mais da metade das empresas que compuseram a amostra de pesquisa divulgaram esses oito itens.

Dentre os 16 itens de divulgação podem-se destacar "... a evidenciação de riqueza gerada e distribuída?", "... evidencia no relatório da administração e/ou nas notas explicativas dados referentes a benefícios concedidos ao corpo funcional?" e "... evidencia no relatório da administração e/ou nas notas explicativas dados referentes a contingências e passivos trabalhistas da entidade?", pois foram divulgados por todas as empresas estudadas.

Contudo, o item "... evidencia a remuneração bruta segregada por empregados, administradores, terceirizados e autônomos?" não foi divulgado por nenhuma empresa listada no ISE.

Destaca-se, portanto, que apesar de vários itens terem sido total ou quase totalmente divulgados pelas empresas, de maneira geral constatou-se que não houve atendimento integral ao *disclosure*, dado que alguns itens tiveram divulgação baixa ou sequer foram divulgados por algumas das empresas.

Na Tabela 2 evidencia-se um resumo do nível de *disclosure* de informações sociais divulgado pelas empresas que compuseram a amostra da pesquisa.

**Tabela 2 - Nível de Disclosure**

Nota de Disclosure	Quantidade de Empresas	Porcentagem	Porcentagem Acumulada
4	2	5,41%	5,41%
5	3	8,11%	13,51%
6	5	13,51%	27,03%
7	7	18,92%	45,95%
8	3	8,11%	54,05%
9	1	2,70%	56,76%
10	5	13,51%	70,27%
11	1	2,70%	72,97%
12	2	5,41%	78,38%
13	3	8,11%	86,49%
14	5	13,51%	100,00%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>	-

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 2 observa-se que nenhuma empresa alcançou o nível máximo de divulgação (16 itens) e nem o nível mínimo de divulgação (0 itens).

Destaca-se que o maior nível de divulgação foi de 14 itens, que representa uma divulgação de 87,5% dos itens, tendo sido obtida por cinco empresas. Por outro lado, apenas duas das empresas estudadas obtiveram o menor nível de divulgação, que foi de quatro itens.

O nível de divulgação mais frequente foi obtido por 19% das empresas, que divulgaram sete itens. Adicionalmente, as outras notas de divulgação mais frequentes foram seis, 10 e 14 itens, as quais foram alcançadas por 14% das empresas.

Considerando o problema de pesquisa proposto, a Tabela 3, na sequência, evidencia um comparativo da divulgação das informações sociais entre os dois grupos analisados.

**Tabela 3 - Comparação das práticas de disclosure**

Prática	Divulga a prática?		
	Banco Brasil S.A.	Banco Bradesco S.A.	Demais Empresas
1	Sim	Não	37%
2	Sim	Sim	100%
3	Sim	Não	0%
4	Sim	Sim	100%
5	Sim	Não	31%

Prática	Divulga a prática?		
	Banco Brasil S.A.	Banco Bradesco S.A.	Demais Empresas
6	Sim	Sim	100%
7	Sim	Sim	74%
8	Sim	Sim	43%
9	Não	Não	0%
10	Sim	Sim	77%
11	Não	Sim	26%
12	Sim	Não	71%
13	Não	Sim	63%
14	Sim	Sim	74%
15	Sim	Não	43%
16	Sim	Sim	34%

De acordo com a Tabela 3, pode-se perceber que em sete itens de divulgação (itens 2, 4, 6, 7, 9, 10 e 14), 50% ou mais da amostra seguiram as grandes empresas (Banco do Brasil SA e Banco Bradesco SA). Destaca-se ainda que em quatro itens a similaridade da divulgação entre os dois grupos foi total (itens 2, 4, 6 e 9).

Tais resultados já indicam um isomorfismo no que tange ao *disclosure* de informações sociais, pois em 43,75% dos itens de divulgação existe certa similaridade entre as práticas divulgadas entre as grandes empresas e as demais empresas.

No que tange aos outros nove itens de divulgação (itens 1, 3, 5, 11, 12, 13, e 15), naqueles em que houve divergência na divulgação entre as grandes empresas, ou seja, em que uma empresa divulgou enquanto a outra não o fez, pode-se perceber que as demais empresas seguem mais as práticas divulgadas pelo Banco Bradesco SA.

Por fim, a Tabela 4 evidencia os resultados do teste de diferença de média de Mann-Whitney.

Tabela 4 - Teste de Média

Variável	Teste Z	P-Valor
Nível de <i>Disclosure</i>	-1,151	0,250

Ao se separar os dados em dois grupos, o das empresas grandes (Banco do Brasil SA e Banco Bradesco SA) e o das demais empresas, pode-se perceber que o nível de *disclosure* de informações sociais apresenta médias significativamente iguais nos dois grupos estudados.

Isso significa que as grandes empresas apresentam médias de *disclosure* estatisticamente iguais às das demais empresas, o que corrobora os resultados evidenciados anteriormente, indicando a existência de isomorfismo de práticas de *disclosure* de informações sociais nas empresas listadas no ISE da BM&FBovespa.

## 5 CONCLUSÕES

A pesquisa teve como objetivo examinar a existência de práticas de *disclosure* social nas empresas que compõem o ISE sob o enfoque do isomorfismo. Para tanto, foi utilizada a métrica proposta por Vieira (2006) para investigar o nível de *disclosure* de informações sociais.

Primeiramente pode-se inferir que não houve um *disclosure* integral, pois alguns itens tiveram divulgação baixa (a exemplo do item: evidenciam-se, no relatório da administração e/ou

nas notas explicativas, dados referentes à remuneração do corpo funcional?) ou sequer foram divulgados por algumas das empresas (a exemplo do item: evidencia a remuneração bruta segregada por empregados, administradores, terceirizados e autônomos?).

Os resultados descritivos e do teste de diferença de média de Mann-Whitney indicaram que existe certa similaridade na disseminação das práticas divulgadas entre as grandes empresas (Banco do Brasil SA e Banco Bradesco SA) e as demais empresas.

A partir de tais resultados não se pode rejeitar a hipótese de que maiores empresas serão seguidas pelas demais empresas quanto à divulgação de informações sociais, ou seja, os resultados indicam a existência de isomorfismo de práticas de *disclosure* de informações sociais nas empresas listadas no ISE da BM&FBovespa.

Destaca-se, ainda, que os achados da presente pesquisa estão limitados às empresas utilizadas na amostra (empresas listadas no ISE da BM&FBovespa) e ao período analisado (exercício de 2010).

Sugere-se, ainda, para pesquisas posteriores, a inclusão das demais sociedades listadas na BM&FBovespa e a ampliação do limiar temporal do presente estudo.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE FILHO, J. B.; MACHADO-DASILVA, C. L. Práticas organizacionais e estrutura de relações no campo do desenvolvimento metropolitano. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 13, n. 4, p. 626-646 2009.

ALPAY, G.; BODUR, M.; YILMAZ, C.; CETINKAYA, S.; ARIKAN, L. Performance implications of institutionalization process in family-owned businesses: evidence from an emerging economy. **Journal of World Business**. v. 43, n. 4, p. 435-448, 2008.

ASHFORT, B. E.; GIBBS, B. W. The double-edge of organizational legitimation. **Organization Science**, v. 1, n. 2, p. 177-194, 1990.

BEUREN, I. M.; HEIN, N.; BOFF, M. L. B. Estratégias de legitimidade organizacional de Lindblom versus geração familiar gestora de empresas familiares. **Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión**, v. IX, n. 17, p. 1-20, 2011.

BOFF, M. L.; BEUREN, I. M.; HORN, E.; HORN, M. A. Adequação da evidenciação social das empresas de capital aberto no relatório da administração e notas explicativas às recomendações da NBC T 15. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 4, n. 8, p. 47-68, 2010.

CZESNAT, A. O.; MACHADO, D. D. P. N. Legitimação na evidenciação de informações socioambientais entre as empresas de telecomunicações listadas na Bovespa. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v. 9, n. 3, p. 291-305, julho/setembro 2012.

DEEGAN, C.; RANKIN, M.; TOBIN, J. An examination of the corporate social and environmental disclosure of BHP from 1983-1997: test of legitimacy theory. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 312-343, 2002.

DIAS FILHO, J. M. Políticas de Evidenciação Contábil: um estudo do poder preditivo e explicativo da teoria da legitimidade. In: ENCONTRO DA ANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...**, Rio de Janeiro: ENANPAD, 2007.

DiMAGGIO, P.J., POWELL, W.W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**, v. 48, n. 2, p.147-60, 1983.

DiMAGGIO, P.J., POWELL, W.W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. DiMAGGIO, P.J. (Ed.). **The new institutionalism in organizational analysis**. Chicago: University

of Chicago Press, 1991.

FERNÁNDEZ-ALLES, M. L.; VALLE-CABRERA, R. Reconciling institutional theory with organizational theories. **Journal of Organizational Change Management**. vl. 19, n. 4, p. 503-517, 2006.

FONSECA, V. S.; MACHADO-DA-SILVA, C. L. Conversação entre Abordagens da Estratégia em Organizações: Escolha Estratégica, Cognição e Instituição. **Revista de Administração Contemporânea**, Edição Especial, p 51-75, 2010.

HEALY, P. M.; PALEPU, K. G. Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: a review of the empirical disclosure literature. **Journal of Accounting and Economics**, v. 31, p. 405-440, 2001.

HOPWOOD, A. G. Accounting and Environment. **Accounting, Organizations and Society**, v. 34, n. 3-4, p. 433-439. 2009.

LIMA, B. C. C. **Economia criativa no Ceará: um estudo da institucionalização do campo do humor**. 2012. 195p. Dissertação (Mestrado em Administração e Controladoria), - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2012.

LOPES, A. B.; MARTINS, E. **Teoria da Contabilidade: uma nova abordagem**. São Paulo: Atlas, 2005.

MARTINS, G. A.; THÉOPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

NUNES, J. G.; TEIXEIRA, A. J. C.; NOSSA, V.; GALDI, F. C. Análise das variáveis que influenciam a adesão das empresas ao índice BM&F Bovespa de sustentabilidade empresarial. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v. 7, n. 4, p. 328-340, 2010.

OCAÑA, W. R. V. **Formação e estruturação do campo organizacional da indústria pesqueira em Callao, Peru**. 2006. 123p. Dissertação

(Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

OLIVEIRA, M. C.; ARAÚJO JUNIOR, J. F.; OLIVEIRA, O. V.; PONTE, V. M. R. Disclosure social de empresas brasileiras e britânicas à luz da teoria institucional. **Advances in Scientific and Applied Accounting**. São Paulo, v.5, n.1, p. 2-26, 2012.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2008.

ROSSONI, L.; MACHADO-DA-SILVA, C. L. Institucionalismo Organizacional e Práticas de Governança Corporativa. **Revista de Administração Contemporânea**, Edição Especial, p. 173-198, 2010.

SANTOS, A. C. M. Z. Evolução das organizações por meio das abordagens institucional, ecologia das organizações e equilíbrio pontuado. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 6, n. 1, p. 91-102, 2013.

SAMPAIO, M. S.; GOMES, S. M. S.; BRUNI, A. L.; DIAS FILHO, J. M. Evidenciação de informações socioambientais e isomorfismo: um estudo com mineradoras brasileiras. **Revista Universo Contábil**, v. 8, n. 1, p. 105-122, 2012.

SCOTT, W. R. **Institutions and organizations**. London: Sage, 1995.

SCOTT, W. R. Retomando los argumentos institucionales. In: POWELL, W. W.; DIMAGGIO, P. J. (Ed.) **El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional**. México: Fondo de Cultura Económica, 2001.

SCOTT, W. R. **Institutions and organizations: ideas and interests**. Thousand Oaks: Sage, 2008.

SCOTT, W. R.; MEYER, J. W. The organization of societal sectors: propositions and early evidence. In: POWELL, W. W.; DIMAGGIO, P. J. (Org.). **The new institutionalism in organizational analysis**. Chicago: The

University of Chicago Press, 1991.

SANCOVSCHI, M.; COUTINHO E SILVA, A. H. Evidenciação Social Corporativa: estudo de caso da empresa Petróleo Brasileiro S.A. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 1, n. 1, p. 42-57, 2006.

TEIXEIRA, M. G. C.; MORAES, I. B. O diálogo com stakeholders na teoria e na prática: análise da relação de uma empresa pública do setor industrial com seus stakeholders, para a construção de uma política de responsabilidade social. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 6, Edição Especial, p. 211-228, 2013.

TOLBERT, P.S.; ZUCKER, L.G. A institucionalização da teoria institucional. In: CALDAS, M.; FACHIN, R.; FISHER, T. (Org.). **Handbook de estudos organizacionais**. São Paulo: Atlas, 1999.

TREVISAN, M.; NASCIMENTO, L. F.; MADRUGA, R. L. R. G.; NEUTZLING, D. M.; FIGUEIRÓ, P. S.; BOSSLE, M. B. As influências da institucionalização organizacional na operacionalização da ecologia industrial: possíveis facilidades e obstáculos. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 5, Edição Especial, p. 683-698, 2012.

VENTURA, E. C. F. **Dinâmica de institucionalização de práticas sociais**: estudo da responsabilidade social no campo das organizações bancárias. 2005. 351p. Tese (Doutorado em Administração), - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2005.

VIEIRA, M.T. **Evidenciação de informações de responsabilidade social na maior empresa em cada segmento da economia brasileira**. 2006. 136 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis), - Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2006.

WALLACE, O.; NASER, K. Firm specific

determinants of the comprehensiveness of mandatory disclosure in the corporate annual reports of firms listed on the stock exchange of Hong Kong. **Journal of Accounting and Public Policy**, v. 14, p. 311-368, 1995.

WOYWODE, M. The emergence and dynamics of venture capital in Germany: an organizational field based approach. In: EGOS - COLÓQUIO FRANÇA, 17, 2001, Lyon. **Anais... Lyon: EGOS/ Colloquium**, 2001.

ZATTONI, A.; CUOMO, F. Why adopt codes of good governance? A comparison of institutional and efficiency perspectives. **Corporate Governance**, v. 16, n. 1, p. 1-15, 2008.