

Origem e evolução do balanço social no Brasil

Caroline Miriã Fontes Martins¹
Denise Carneiro dos Reis Bernardo¹
Geová José Madeira²

Resumo

O objetivo deste trabalho é abordar historicamente a trajetória do Balanço Social, desde a sua origem até a sua publicação pelas empresas brasileiras. Nesse sentido, tratamos sob embasamento teórico o surgimento desse demonstrativo no mundo; a entrada deste no Brasil; o seu acolhimento pelo meio empresarial brasileiro, as normatizações legais acerca do assunto, bem como tratamos das discussões acerca da obrigatoriedade e a sua padronização.

Palavras-Chave: Balanço social; responsabilidade social; empresa cidadã.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, a mídia tem destacado as “empresas-cidadãs”, ou seja, empresas responsáveis socialmente. Todos os anos essas empresas publicam seus Balanços Sociais com o objetivo de prestar contas à sociedade e dar transparência dos seus projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos seus empregados, investidores, acionistas e à comunidade. A finalidade é estreitar os laços que a empresa mantém com a sociedade e meio ambiente.

1 Graduanda em Ciências Contábeis e bolsista do Núcleo de Estudos em Controladoria do Departamento de Ciências Contábeis da FACE/UFMG.

2 Professor Mestre do CIC/FACE/UFMG.

É marcante a importância que vem sendo dada a todos os assuntos relacionados ao Balanço Social, visto que várias pesquisas têm sido feitas sobre esse tema. Sendo assim, a finalidade desse trabalho é mostrar a origem desse demonstrativo até a sua publicação pelas empresas brasileiras.

Para tanto, esse artigo trata da origem do Balanço Social no mundo, quando começou a ser publicado no Brasil, os modelos existentes, as leis e Projeto de Leis sobre o tema, bem como o órgão responsável por divulgar esse demonstrativo em nosso País. Assim, o trabalho faz um apanhado histórico do assunto, tornando-se uma fonte de pesquisa para todos aqueles que desejam conhecer esse tema.

2 O QUE É BALANÇO SOCIAL

O Balanço Social é um demonstrativo elaborado por algumas empresas e publicado anualmente contendo informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e sua forma de interação com a comunidade e meio ambiente. Esse demonstrativo é importante, pois o investidor tende a direcionar seus recursos em empresas preocupadas com a ética e a transparência, partindo do pressuposto que os riscos são menores.

No Brasil, a elaboração anual de relatórios com informações de caráter social ganhou destaque quando o sociólogo Herbert de Souza, o “Betinho”, começou uma campanha pela divulgação voluntária do Balanço Social.

De acordo com Kroetz (2000 p. 68):

O Balanço Social, antes de ser uma demonstração endereçada à sociedade, é considerado uma ferramenta gerencial, pois reunirá dados qualitativos e quantitativos sobre as políticas administrativas e sobre as relações entidades/ambiente, os quais poderão ser comparados e analisados de acordo com as necessidades dos usuários internos, servindo como instrumento de controle, e auxílio para a tomada de decisões e na adoção de estratégias.

Segundo o Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas (Ibase) os analistas de mercado e os órgãos de financiamento como o Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES), o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e a International Finance Corporation (IFC) já incluem o Balanço Social na lista dos documentos necessários para se conhecer, avaliar os riscos

e as projeções de uma empresa. O Ibase também enfatiza a necessidade da elaboração do Balanço Social em um modelo único, pois acredita que a simplicidade garante o envolvimento maior de corporações. E, desse modo, é possível fazer uma avaliação adequada da função social da empresa ao longo dos anos.

Para estimular a participação, o instituto criou o “Selo Balanço Social Ibase/Betinho” para as empresas que publicam anualmente o Balanço Social no modelo sugerido pela organização. A empresa pode utilizar-se deste selo nos seus anúncios, embalagens e campanhas publicitárias.

3 HISTÓRICO DO BALANÇO SOCIAL

3.1 No Mundo

De acordo com a literatura existente, desde o início do século XX registram-se manifestações clamando por maior responsabilidade social das empresas. Mas foi somente a partir dos anos 60 nos Estados Unidos da América (EUA) e no início da década de 70 na Europa, em especial na França, Alemanha e Inglaterra, que a sociedade começou a cobrar por maior responsabilidade social das empresas, daí a necessidade de divulgação dos chamados balanços ou relatórios sociais.

Segundo o Ibase, nos Estados Unidos e na Europa, na década de 60, o repúdio da população à guerra do Vietnã deu início a um boicote à aquisição de produtos e ações de algumas empresas ligadas ao conflito. A sociedade, então, começou a exigir uma postura ética diferente e várias empresas passaram a prestar contas de suas ações e objetivos sociais. A elaboração e divulgação anual desse tipo de relatório resultaram no que se chama hoje de Balanço Social.

Foi na década de 70 que difundiu-se na Europa o conceito de responsabilidade social. Em 1971 a companhia alemã Steag produziu uma espécie de relatório social das suas atividades. Porém, na França em 1972, a empresa Singer publicou o que pode ser considerado o primeiro Balanço Social da história das empresas. Em 12 de julho de 1977, foi aprovada a Lei n. 77.769 que tornava obrigatória a realização de Balanços Sociais periódicos para as empresas com mais de 700 funcionários. Depois esse número foi reduzido para 300 funcionários.

3.2 No Brasil

Os temas Balanço Social e Responsabilidade Social já são pauta de discussões sociais, políticas e empresariais no Brasil há algumas décadas, apesar de somente nos últimos anos ter tido maior repercussão na sociedade.

Na década de 60, a Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas no Brasil (ACDE), membro da União Internacional Cristão de Dirigentes de Empresas (UNIAPAC), inicia um diálogo com a classe empresarial sobre a atuação das Entidades na sociedade, destacando a necessidade de essas entidades agirem com responsabilidade social. Tinoco (2001) expõe a importância da atuação da ADCE junto ao empresariado:

Em 1961, como agente operacional da UNIAPAC, foi constituída com sede em São Paulo, a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), iniciando, assim, no País, uma pregação sobre a responsabilidade do dirigente da empresa nas questões sociais.

Desde então, a ADCE vêm se posicionando sobre a função social das empresas. Em 1977, ela promoveu o 2º Encontro Nacional de Dirigentes de Empresas, discutindo, principalmente, o Balanço Social das Empresas e, a partir de 1979, organizou congressos anuais que colocaram em discussão o tema “Balanço Social”.

Torres (2001) destaca a criação do Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS), na década de 70, “cabe aqui um destaque sobre o primeiro tipo de relatório que aborda aspectos sociais e de recursos humanos, que se tornou obrigatório para todas as empresas no Brasil”.

Torres (2001) ainda reconhece que: “apesar de mais antigo que o Balanço Social francês, as informações contidas na Rais são muito inferiores, tanto qualitativa como quantitativamente”.

Ainda a respeito do Relatório Anual de Informações Sociais, Freire [s. d.] (apud Silva e Freire, 2001, p. 18) coloca que:

De qualquer forma, deve-se salientar que, legalmente, foi uma das primeiras iniciativas [de] que se tem conhecimento. Também deve ser destacado que os indicadores sociais produzidos através da utilização das informações advindas da Rais são bastante limitados, e, pior, não são disponibilizados para os empregados das entidades e suas associações de classe.

Nos anos 80, a questão da ação social do setor empresarial se fortaleceu. Neste momento, os sindicatos se consolidaram e, juntamente com eles, sedimentaram-se as Organizações não Governamentais (ONGs). Ampliaram-se as discussões acerca da atuação social das empresas e a necessidade de criação de uma ética empresarial. Com isso, algumas empresas passaram a investir nas áreas sociais e viram a necessidade de tornar públicas essas ações.

Nesse contexto, é que em 1984, foi publicado, espontaneamente, o Balanço Social de uma empresa estatal da Bahia, a Nitrofertil. Este foi o primeiro relatório sobre os aspectos sociais de uma empresa brasileira, foi uma iniciativa de se publicar as ações sociais realizadas pela Nitrofertil.

Em seguida à publicação do Balanço Social da Nitrofertil, foi publicado o relatório das atividades sociais do Sistema Telebrás.

Logo nos primeiros anos da década de 90, foi publicado um relatório divulgando as ações sociais realizadas pelo BANESPA. Este relatório recebeu o nome de *Balanço Social do Banespa*. Viu-se desde então, aumentar o número de empresas que passaram a efetuar ações sociais e a assumirem um papel mais humano. Observou-se também um aumento do número de corporações que passaram a publicar os denominados balanços sociais.

No entanto, foi em 1997, com a atuação do Sociólogo Hebert de Souza, o “Betinho”, que a idéia de responsabilidade social das empresas e a proposta da divulgação do Balanço Social alcançaram maior projeção nacional. Neste ano, Betinho representando o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas com parceria da Petrobrás e do jornal Gazeta Mercantil, lançou uma campanha de divulgação anual do Balanço Social, sob a alegação de que este passaria a ser o “primeiro passo para uma empresa tornar-se uma verdadeira empresa-cidadã.” Segundo Tinoco (2001):

Lançou campanha convocando os empresários e a sociedade a um maior engajamento e participação na promoção de melhorias nas condições de vida da população e na superação da pobreza. Além disso, lançou também a idéia da elaboração e divulgação do Balanço Social como instrumento de demonstração deste envolvimento, explicitando que este relatório representa resposta das organizações, na divulgação da adoção de sugestões sociais e comunitárias. A esse engajamento denominou de Empresa Pública e Cidadã.

Foi nessa perspectiva que se viu aflorar e desenvolver, no Brasil, a concepção da importância da elaboração e publicação do Balanço Social, que é fruto de uma participação ativa das corporações no âmbito social, tornando-as em “Empresa Cidadã”.

4 LEGISLAÇÕES EXISTENTES NO BRASIL

No Brasil, várias medidas foram tomadas nas esferas federal, estadual e municipal, para tornar obrigatório ou incentivar a publicação do Balanço Social das Empresas.

No âmbito federal, temos os projetos apresentados no Congresso Nacional, os quais são apresentados a seguir:

Projeto de Lei n. 3.116/1997

Apresentado pelas deputadas do Partido dos Trabalhadores (PT), Sandra Starling (MG), Maria da Conceição Tavares (RJ) e Marta Suplicy (SP), este projeto de lei previa a obrigatoriedade da divulgação do Balanço Social para as empresas privadas com mais de 99 empregados e para as empresas públicas independente do número de funcionários. Este projeto de lei teve como relator o deputado Jair Meneghelli (PT-SP) e foi arquivado por não ter sido aprovado por todas as comissões temáticas da Câmara dos Deputados.

Projeto de Lei n. 032/1999

De autoria do deputado Paulo Rocha (PT-PA), foi apresentado no dia 03.02.99, sendo praticamente uma reapresentação do supracitado Projeto de Lei n. 3.116/1997.

Atualmente, o Projeto de Lei n. 032/1999 está aguardando parecer da Comissão de Economia, Indústria, Comércio e Turismo (CEICT)³.

3 Informação obtida no site da Câmara dos Deputados Federais, disponível no endereço eletrônico: http://www.camara.gov.br/Internet/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=14958. Acesso em: 28 nov. 2002.

Na esfera estadual, em termos de iniciativa na esfera estadual de regulamentação na publicação do Balanço Social, temos a seguinte lei que passa a ser descrita:

Lei n. 11.440/2000 – Estado do Rio Grande do Sul

Esta lei foi aprovada em 18.01.00, na Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul. A Lei n. 11.440, de autoria do deputado estadual César Buzzatto, visa estimular a publicação anual do Balanço Social para as entidades estabelecidas naquele estado. De acordo com esta lei, será conferido o “Certificado de Responsabilidade Social” às empresas que apresentarem o seu Balanço Social à Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul. Os balanços sociais entregues serão submetidos a avaliação da Mesa Diretora da referida Assembléia Legislativa, que elegerá os projetos mais destacados, concedendo a estes o “Troféu Responsabilidade Social – Destaque RS”.

Finalmente, quanto à esfera municipal, apresentamos as experiências de algumas cidades brasileiras na divulgação do Balanço Social. Os municípios de São Paulo (SP), Santo André (SP) e Uberlândia (MG) criaram o “Selo Empresa-Cidadã”, a ser entregue para aquelas entidades que publicarem o Balanço Social nestes municípios. Em João Pessoa (PB), foi instituído o “Selo Herbert de Souza” para as empresas que publicarem o Balanço Social com qualidade. Temos, ainda, a cidade de Porto Alegre (RS) onde a Lei n. 8.118/98 dispõe sobre a obrigatoriedade de publicação do Balanço Social para as empresas estabelecidas neste município.

5 MODELOS DE BALANÇO SOCIAL NO BRASIL

Destacamos, aqui, a existência de duas propostas de modelo de Balanço Social que podem ser adotadas pelas empresas que se interessarem em elaborá-lo, a saber: o modelo do Ibase e o Projeto de Lei n. 3.116/97.

Inicialmente, iremos tratar do modelo de Balanço Social sugerido pelo Ibase. Para isso, faz-se necessário esclarecermos, o que vem a ser tal entidade. O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas se auto define como sendo uma:

Organização não-governamental, suprapartidária, sem fins lucrativos e sem vinculação religiosa, reconhecida como de utilidade pública federal, estadual e municipal. É uma Entidade Autônoma, compro-

*metida com a defesa dos direitos humanos, a justiça, o bem-estar social e, acima de tudo, com a participação de todos os brasileiros na construção da democracia*⁴.

O Ibase pretende conscientizar os cidadãos, as empresas e o Estado, da necessidade de estes exercerem as suas funções com responsabilidade social, a fim de, com a mobilização de todos, desenvolverem uma sociedade efetivamente democrática, na qual exista justiça, condições de vida digna e igualdade social.

A elaboração de um modelo de Balanço Social é uma das formas de divulgação utilizadas pelo Ibase para promover a transparência na publicação do resultado das atividades de natureza social realizadas pelas empresas, é a elaboração de um modelo de Balanço Social. Com o intuito de estimular a utilização desse modelo, o Ibase concede às empresas que o publicam o “Selo Balanço Social”. Atualmente, este modelo sugerido pelo Ibase já conta com a adesão de aproximadamente 160 empresas.

O modelo de Balanço Social do Ibase fornece a posição bienal de dados qualitativos, quantitativos, reunindo indicadores de faturamento, laborial, social, ambiental e indicadores do corpo funcional da empresa. Para os indicadores laboriais, é proposta uma comparação percentual em relação ao Resultado Operacional e à Folha de Pagamento Bruta da empresa. Já os indicadores sociais e ambientais se propõem a mesma comparação percentual, contudo, em relação ao Resultado Operacional e à Receita Líquida.

A principal contribuição do modelo de Balanço Social do Ibase está relacionada ao fato de ele ser um modelo de fácil aplicabilidade para empresas de portes variados e de ele ser de uma considerável simplicidade de elaboração. Freire e Rebouças (2001, p. 109) defendem que:

[...] sua simplicidade é extremamente conveniente para estimular empresas a sua preparação, além de ser altamente funcional como elemento para julgamento do mérito relativo a outorga do selo “Balanço Social” do Ibase.

Um segundo modelo de Balanço Social é detalhado no Projeto de Lei n. 3.116/97 de autoria das deputadas Marta Suplicy, Maria Conceição Tavares e Sandra Starling. Tal projeto foi arquivado, porém mais tarde foi re-apresentado pelo Deputado Paulo Rocha por meio do Projeto de Lei n. 032/99.

4 Definição extraída do site do Ibase, www.ibase.org.br. Acesso em: 26 nov. 2002.

Como foi dito anteriormente, este projeto de lei prevê a obrigatoriedade da elaboração e divulgação do Balanço Social para as empresas privadas que possuem 100 (cem) empregados ou mais e para as empresas públicas independente do número de empregados. O projeto de lei, estabelece, ainda, que o Balanço Social deverá conter dados como, faturamento bruto, lucro operacional, folha de pagamento, valores pagos a empresas prestadoras de serviços, encargos sociais e tributos pagos, detalhamentos sobre os empregados, os benefícios concedidos a eles e investimentos realizados na comunidade e no meio ambiente. As referidas deputadas argumentaram em seu projeto de lei que:

Elaborar o Balanço Social é um estímulo à reflexão sobre as ações das empresas no campo social. O Balanço Social estimulará o controle sobre o uso dos incentivos fiscais ou outros mecanismos de compensação de gastos com trabalhadores. Ajudará na identificação de ações dos diferentes setores e instâncias da empresa no campo das políticas sociais.

6 REFLEXÕES SOBRE A OBRIGATORIEDADE E PADRONIZAÇÃO

O tema Balanço Social fez surgir no Brasil questionamentos sobre a importância da participação da empresa como um dos agentes modificadores do quadro de exclusão social, de desigualdade sócio-econômica e injustiça existentes no país.

Devido a essa necessidade de estruturação da função social da empresa na Sociedade, discute-se o estabelecimento de obrigatoriedade da publicação do Balanço Social no Brasil. Conforme foi visto, foram tomadas iniciativas de âmbito federal no sentido de se estabelecer a obrigatoriedade da publicação do Balanço Social para determinadas empresas, embora ainda não exista definição acerca disso. Temos ainda, medidas estaduais e municipais adotadas visando estimular a publicação do Balanço Social. Observamos também, atualmente, o crescimento do número de empresas, especialmente as grandes empresas que publicam, de forma voluntária, os seus Balanços Sociais. Indiscutivelmente, a obrigatoriedade da publicação do Balanço Social acarretaria em um aumento significativo no número dessas publicações, ampliando dessa forma o grau de informações fornecidas pela empresa à Sociedade. Porém, conforme afirmam Dollabela e Varela e Costa (1999); talvez a obrigatoriedade não seja o melhor caminho, pois a Responsabilidade Social fundamenta-se na aceitação consciente de cidadania.

Outro aspecto interessante a ser considerado é o da padronização do Balanço Social. A padronização do Balanço Social traria alguns benefícios, dentre eles, citamos:

- a) comparabilidade entre as ações sociais implementadas pelas empresas;
- b) identificação de quais os setores da sociedade que não estão sendo atendidos por estas empresas;
- c) inviabilização da utilização do Balanço Social como instrumento de marketing.

Por outro lado, diante da diversidade de atividades sociais desempenhadas pelas empresas, a padronização restringiria a inclusão daquelas ações e compromissos sociais não contempladas pelo modelo padrão, além de dificultar o aprimoramento do Balanço Social, por meio da inclusão ou exclusão de novos parâmetros.

7 CONCLUSÃO

Como se verificou no decorrer desse trabalho, o tema Balanço Social vem sendo discutido no Brasil desde a década de 60, recebendo maior projeção nos anos 90, por meio de Leis, Projetos de Leis e discussões no meio político, social e empresarial.

Diante do exposto, consideramos ser interessante que o Balanço Social continue sendo tratado como uma escolha das empresas, principalmente nos aspectos relacionados a forma, estrutura e conteúdo. Assim como, a obrigatoriedade de divulgação permaneça sendo tratada como uma questão de concientização das empresas.

Por último, enfatizamos, a importância das empresas assumirem, de forma crescente uma postura responsável com relação à comunidade, aos colaboradores e ao meio ambiente. E adicionalmente, divulgar juntamente com as Demonstrações Contábeis obrigatórias, essas ações, por meio da publicação do Balanço Social.

8 REFERÊNCIAS

- AMORIM, Anderson A. *O balanço social e a empresa cidadã*. Rio de Janeiro: Trevisan - Auditores, 1998.
- BATISTA, Halcima Melo. Proposta de um modelo de Balanço Social a ser aplicado nas Indústrias Têxteis. *Revista PENSAR CONTÁBIL*. p. 39, ago./out. 2000.
- DOLABELLA, Maurício Melo; VARELA, Patrícia Siqueira; COSTA, Raquel da Ressureição da. Balanço social: demonstrativo da função social da empresa. *Contabilidade Vista & Revista*, Belo Horizonte, v. 10, n. 2, p.28-35, set. 1999.
- FREIRE, Fátima de Souza; REBOUÇAS, Tereza Raquel da Silva. Um 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. cap. 4, p 69-115.
- GONÇALVES, Ernesto Lima (Org.). *Balanço social na empresa: América Latina*. São Paulo: Pioneira, 1980.
- MANUAL de contabilidade das sociedades por ações: aplicável às demais sociedades. 5. ed. rev. e atual. São Paulo: Atlas, 2000
- IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. *Teoria da contabilidade*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. Balanço social: *teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2000.
- MATHEWS, M. R. *Socially responsible accounting*. London: Chapman & Hall, 1994.
- PORTO ALEGRE. Lei n. 8118, de 05 de janeiro de 1998. Cria o Balanço Social das Empresas estabelecidas no âmbito do Município de Porto Alegre e dá outras providências. Porto Alegre: Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 1998
- RIO GRANDE DO SUL. Lei n. 11.440, de 18 de janeiro de 2000. Cria o Certificado Responsabilidade Social – RS – para empresas estabelecidas no âmbito do Estado do Rio Grande do Sul e dá outras providências. Rio Grande do Sul: Assembléia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul, 2000.

SANTO ANDRÉ. Lei n. 7.672, de 18 de junho de 1998. Cria o Selo Empresa-Cidadã às Empresas que instituírem e apresentarem qualidade em seu Balanço Social e dá outras providências. Santo André: Câmara Municipal de Santo André, 1998.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza (Orgs.). *Balanço social: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2001.

SOUZA, Herbert José de. Empresa pública e cidadã. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 26 mar. 1997. Caderno A2, p. 2.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. *Balanço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações*. São Paulo: Atlas, 2001.

TINOCO, José Eduardo Prudêncio. *Balanço Social: uma abordagem sócio-econômico da contabilidade*. 1984. 114 f. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo.

TORRES, Ciro. Responsabilidade Social das Empresas (RSE) e Balanço Social no Brasil. In: SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza (Orgs.). *Balanço social: teoria e prática*. São Paulo: Atlas, 2001. cap. 2, p. 15-31.

UBERLÂNDIA. Decreto n. 118, de 11 de novembro de 1999. Institui título de Desempenho Comunitário Empresarial e dá outras providências e revoga o decreto legislativo n. 063 de 08/05/98. Uberlândia: Câmara Municipal de Uberlândia, 1999.

SITES CONSULTADOS

www.balancosocial.org.br

www.fides.org.br

www.ibase.org.br

www.ipea.gov.br

NOTAS AOS COLABORADORES

- A revista tem preferência por matérias inéditas tanto no país como no exterior.
- As colaborações não serão remuneradas, considerando que o objetivo maior é contribuir com a classe contábil, buscando o seu desenvolvimento e aperfeiçoamento técnico e cultural.
- Cada autor receberá, sem ônus, 3 exemplares da revista em cujo número sair publicado seu trabalho.
- O trabalho poderá ser enviado ao Conselho Editorial da seguinte forma:
 - em disquete acompanhado de uma cópia impressa, especificando o nome do editor de textos utilizado, formatado preferencialmente na fonte Courier, tamanho 12, entrelinha equivalente ao espaçamento 1,5, obedecendo as margens de 2cm de todos os lados (superior, inferior, esquerda e direita) ou por e-mail para geova@face.ufmg.br ou seccic@face.ufmg.br
 - **informar o endereço completo com telefone e e-mail de todos os autores.**
- Cada trabalho deverá vir precedido por um resumo (até 250 palavras) que permita uma visão global e antecipada do seu conteúdo.
- As ilustrações, tabelas e os gráficos que acompanharem os artigos, devem ser entregues para publicação como anexos, com as respectivas legendas numeradas e indicação da localização desejável no texto, entre dois traços horizontais, para facilitar a publicação.
- As fórmulas matemáticas devem ser claras no próprio texto, não podendo oferecer dupla interpretação.
Ex: Não confundir o algaismo 1 com a letra *l*.
- Notas de rodapé devem ser reduzidas ao mínimo e reservadas às notas explicativas.
- As citações bibliográficas deverão ser indicadas no corpo do texto, apenas pelo sobrenome do autor citado, pelo ano da obra e número da(s) página(s) citada(s), tudo entre parênteses.
Ex: (Masi, 1971, p. 36-37).
- Se o autor fizer parte integrante do texto, menciona-se a(s) data(s) da(s) publicação(ões) citada(s) e páginas entre parêntese, logo após o nome do autor.
Ex: Afirma Prieto (1989, p. 19) do DCC da Universidade de Uberlândia, em artigo recentemente publicado, com que concordamos plenamente.
 - A **bibliografia** ou **referências bibliográficas** deverão ser apresentadas no final do artigo, em ordem alfabética de acordo com a NBR 6023.
 - » Livro: MARION, J. C. *Contabilidade empresarial*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1973.
 - » Periódico: ASSIS, J. L. F. A microempresa, nos âmbitos federal, estadual e municipal. *Contabilidade Vista & Revista*, v. 5, n. 1, p. 34-40, fev. 1995.

**ATIVIDADES DE EXTENSÃO DESENVOLVIDAS
PELO DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA FACE/UFMG**

O Departamento de Ciências Contábeis (CIC) da FACE/UFMG oferece ao público em geral vários cursos de curta duração nas modalidades de reciclagem, atualização, aperfeiçoamento e especialização de acordo com as diretrizes e Normas Gerais da UFMG em observância ao que determina a Congregação da Faculdade de Ciências Econômicas.

• **Curso de Especialização em Auditoria Externa (480 horas-aula)**

Para contadores e profissionais que desejam atuar no mercado da auditoria.

Março a novembro – 2ª a 5ª feira

Agosto a maio – 6ª e sábado

Inscrição e seleção em outubro/novembro.

Informações: Tel.: (0__31) 3279-9060 – E-mail: seccic@face.ufmg.br

www.face.ufmg.br/ceae

• **Curso Atualização em Contabilidade Pública (160 horas-aula)**

Curso destinado a profissionais que atuam em órgãos e empresas públicas da área federal, estadual e municipal.

Oferecido todo semestre.

Informações: CENEX – (0__31) 3201-6422 – E-mail: cenex@face.ufmg.br

• **Curso de Controladoria e Finanças (240 horas-aula)**

Curso destinado a profissionais de empresas privadas que lidam diariamente com tomadas de decisões.

Inscrições em março e agosto.

Informações: CENEX – (0__31) 3201-6422 – E-mail: cenex@face.ufmg.br

• **Curso de Contabilidade para Não Contadores (45 horas-aula)**

Curso destinado a profissionais e executivos que necessitam e utilizam da contabilidade como instrumento para tomada de decisões.

Oferecido todo semestre.

Informações: CENEX – (0__31) 3201-6422 – E-mail: cenex@face.ufmg.br

• **Curso de Matemática Financeira e Análise de Investimentos (36 horas-aula)**

Curso destinado ao público em geral.

Oferecido todo semestre.

Informações: CENEX – (0__31) 3201-6422 – E-mail: cenex@face.ufmg.br

O CIC desenvolve projetos e propostas de consultoria e assessoria técnica contábil nas áreas de auditoria, finanças, gerencial e de custos, junto a empresas privadas e órgãos da administração pública municipal, estadual e federal, através de seus professores e alunos.

Todas as atividades do CIC são de acordo com a Resolução 10/96 do Conselho Universitário e de acordo com a Resolução 01/97 da Congregação da FACE.

Contatos pelo telefone: (0__31) 3279-9060 ou e-mail: seccic@face.ufmg.br

Secretaria Geral do Departamento de Ciências Contábeis

Rua Curitiba, 832/706 – 30170-120 – Centro – Belo Horizonte/MG

Assine a revista "Contabilidade Vista & Revista" por apenas R\$ 25,00 (vinte e cinco reais) por ano.

CONTABILIDADE

vista & revista

NÚMEROS PUBLICADOS

Ord.	Volume	Número	Data da Publicação	Situação
1	1	1	Out./1989	Esgotada
2	2	1	Dez./1990	Normal
3	3	1	Ago./1991	Normal
4	4	1	Fev./1992	Normal
5	4	2	Ago./1992	Normal
6	5	1	Fev./1993	Esgotada
7	6	1	Dez./1995	Normal
8	7	1	Jun./1996	Normal
9	7	2	Dez./1996	Normal
10	8	1	Jun./1997	Normal
11	8	2	Out./1997	Normal
12	9	1	Mar./1998	Normal
13	9	2	Jun./1998	Normal
14	9	3	Set./1998	Normal
15	9	4	Dez./1998	Normal
16	10	1	Mar./1999	Normal
17	10	2	Set./1999	Normal
18	10	3	Dez./1999	Normal
19	11	1	Abr./2000	Normal
20	11	2	Ago./2000	Normal
21	11	3	Dez./2000	Normal
22	12	1	Abr./2001	Normal
23	12	2	Ago./2001	Normal
24	12	3	Dez./2001	Normal

Adquira a coleção completa da revista "Contabilidade Vista & Revista", composta por 24 números já publicados, pelo valor promocional de R\$ 140,00 (cento e quarenta reais), incluídos os custos de remessa pelo correio e mais a assinatura do ano 2003.

Os números esgotados serão reproduzidos em xerox e encadernados.

Efetuar depósito bancário a favor de:

IPEAD/MG

Instituto de Pesquisas Econômicas, Administrativas e Contábeis de Minas Gerais
Conta Corrente: 650.500-7 – Agência: 1614-4 – Banco do Brasil S.A.

Enviar cópia do recibo do depósito para o Departamento de Ciências Contábeis da FACE/UFMG, e os dados cadastrais de assinante e o endereço completo para a remessa de seu pedido pelo FAX (0XX)31-3201-2431.