

## Europeanizarea responsabilității sociale corporative într-o societate a modernității tendențiale

Prof. univ. dr. Constantin Schifirneț<sup>1</sup>  
*Facultatea de Comunicare și Relații  
Publice, Școala Națională de Studii  
Politice și Administrative, București*

**Sursa:** Revista Inovația Socială nr. 2/2009 (iulie-decembrie) pp. 68-79

**URL stabil:** <http://www.inovatiасociala.ro/index.php/jurnal/article/view/44>

**Publicată de:** Institutul de Cercetare a Calității Vieții

---

Revista Inovația Socială este o revistă online creată în cadrul proiectului „Inovația Socială - Factor al dezvoltării socio-economice”, proiect coordonat de Prof.dr. Cătălin Zamfir în cadrul Institutului de Cercetare a Calității Vieții. Această revistă utilizează politica liberului acces la conținut, pornind de la principiul conform căruia cercetarea deschisă publicului sporește schimbul global de cunoaștere. Inovația socială este o revistă electronică pe care cititorii o pot urmări pe măsură ce este scrisă și pe care o pot scrie ei înșiși. Revista va avea o apariție bianuală, dar fără a avea o dată de apariție, ci un interval în care este scrisă. Astfel, în lunile ianuarie-iunie 2009 va fi scris primul număr. În perioada respectivă, pe platforma online vor fi publicate în timp real contribuțiile și dialogurile generate între cititori și contribuitori.

Prin accesarea articolelor din arhiva Revistei Inovația Socială indicați acceptarea termenilor și condițiilor de utilizare care sunt disponibile la adresa <http://www.inovatiасociala.ro/> care indică, în parte, faptul că puteți utiliza copiile articolelor doar pentru utilizare personală, necomercială. Vă rugăm să contactați redacția pentru alte tipuri de utilizare la adresa [contact@inovatiасociala.ro](mailto:contact@inovatiасociala.ro).

Orice copie a materialelor din Revista Inovația Socială trebuie să conțină aceeași notă de drepturi legale, așa cum apar acestea pe ecran sau tipărite.

---

<sup>1</sup> E-mail: [cschifirnet@yahoo.com](mailto:cschifirnet@yahoo.com)

# Europeanizarea responsabilității sociale corporative într-o societate a modernității tendențiale

Constantin Schifirneț

## Rezumat:

*Articolul analizează responsabilitatea socială corporativă în contextul europeanizării societății românești, o societate a modernității tendențiale.*

*În prima parte a articolului discută despre responsabilitatea socială corporativă din societatea românească, în asociere cu europeanizarea. RSC este prezentă în corporațiile din România, dar competențele în acest domeniu le dețin companiile multinaționale. RSC apare mai mult ca o modă decât ca o nevoie reală de reglementare a relațiilor dintre mediul de afaceri și societate.*

*În partea a doua este studiată RSC în relație cu evoluția capitalistă din România. Capitalismul este inventat în România post-comunistă. În această perioadă capitalismul s-a impus prin privatizare reglementată juridic, și astfel proprietatea a ajuns în mâinile unor persoane sau grupuri autohtone lipsite de statusul necesar în noua poziție socială, fiindcă el nu a apărut ca urmare a unei evoluții economice și sociale de-a lungul unei perioade istorice.*

*Partea a treia abordează modernitatea tendențială ca tip de evoluție a societății românești către principii și norme ale modernității. Problema fundamentală a modernității tendențiale o constituie gradul și nivelul de răspândire a modernității într-o societate. În țările cu modernitate tendențială doar grupurile minoritare, elitele, însă nu în totalitatea lor, susțin valorile modernității și beneficiază de ele. În schimb, marea masă a populației este atinsă foarte superficial de modernitate, ea continuând să trăiască în spiritul vechilor valori, reguli și norme. Într-o societate cu modernitate tendențială, modernitatea este un trend, care coexistă cu instituții vechi. Modernitatea tendențială penetrează lent și greu prin complicata rețea de structuri socio-instituționale ale societății tradiționale.*

*Se subliniază existența unei nepotriviri între europeanizare și circumstanțele interne, ceea ce are drept consecință presiunea din partea Uniunii Europene asupra adaptării societății românești la normele europene. Alinierea responsabilității sociale corporative la nevoile și cerințele interne depinde de gradul de europeanizare a societății, concretizată în compatibilitatea intereselor corporațiilor multinaționale cu structurile sociale și instituționale românești europenizate.*

**Cuvinte cheie:** Capitalism inventat, europeanizare, modernitate tendențială, responsabilitate socială corporativă

## Abstract:

*The paper analyses the CSR in the context of Europeanization of Romanian society, a society characterized by tendentious modernity.*

*The first part of the paper analyzes the CSR in Romanian society. CSR is present in Romanian business society, but the multinational corporations really possess the necessary abilities. CSR has been imposed basically rather as a fashion, than as a result of a real need of Romanian society.*

*In the second part I study the RSC in relation with capitalist evolution in evoluția Romania. The capitalism is re-invented in the context of the post-communist Romania. This type of capitalism is the outcome of privatization which has been regulated through legal proceedings and not as a consequence of organic historical and social evolution structure.*

*In the third section I analyze the tendentious modernity as a type of evolution towards norms and principles of modernity. The fundamental problem of tendentious modernity is the degree and level of the extension of modernity in society. In countries characterized by tendentious modernity only part of minority groups, of elites, supports the values of modernity and takes advantage of them. In return, the larger population is only superficially touched by modernity and continues to live in the spirit of ancient values. In a tendentious modernity society, modernity is a trend, which coexists with obsolete institutional forms. Tendentious modernity penetrates slowly and painfully through the complicated network of socio-institutional structures of the traditional, patriarchal society.*

*There is a discrepancy between the European CSR and the CSR applied in Romania. The alignment of CSR to the domestic needs depends on the level of Europeanization of Romanian society, which could be measured in terms of the degree of compatibility between the interests of multinational corporations and the social and institutional Romanian Europeanized structures.*

**Keywords:** Re-invented capitalism, Europeanization, tendentious modernity, CSR

## Introducere

Responsabilitatea socială corporativă (RSC) este definită ca responsabilitatea a companiilor, ca organizații sociale, de la microîntreprinderi până la multinaționale, față de toate părțile implicate în activitatea lor. RSC reprezintă procedura aplicată de companii în interacțiunea lor cu societatea și presupune dezvoltarea unei strategii de implicare în comunitate și un parteneriat cu grupuri sociale.

Există o anumită incertitudine despre cum trebuie definită RSC. S-au listat 37 de definiții ale RSC. S-a ajuns la concluzia despre persistența confuziei nu atât cum este definită RSC cât cum RSC este social construită într-un context specific (Dahlsrud, 2006).

În ultimii ani, în consens cu evoluția companiilor în direcția unei comunicări cu grupuri sociale, RSC s-a impus ca un trend în context național și la nivelul structurilor Uniunii Europene. Comisia Europeană a exprimat propria viziune asupra conceptului de RSC, pentru prima dată, în 2001, prin Carta Verde intitulată "Promovarea unui cadru european pentru responsabilitatea socială a întreprinderilor" (COM(2001)366). RSC este „un concept prin care companiile integrează preocupările lor sociale și de mediu în propriile activități de afaceri și în interacțiunea lor cu stakeholderii lor pe bază voluntară” (European Commission, 2001:5).

Între timp, Comisia Europeană a elaborat alte directive asupra RSC, iar rezultatul trebuie să se regăsească în aplicarea RSC în toate țările Uniunii Europene conform acestor decizii europene, altfel spus este necesară europenizarea RSC în spațiul național. În viziunea Comisiei Europene responsabilitatea socială corporativă este reprezentată de inițiativele voluntare ale întreprinderilor. Teza de bază stă în abordarea RSC ca act prin care companiile din fiecare țară răspund la cerințele și presiunile exercitate de beneficiarii produselor și activităților lor.

În acest studiu încercăm să analizăm cum evoluează RSC în context național, pornind de la imperativul europenizării, de la compatibilitatea între modele de dezvoltare modernă și contextele interne, ca un tip de explicație a responsabilității sociale corporative în România postcomunistă. Se pune întrebarea dacă, într-adevăr, companiile în România își asumă, în mod voluntar, responsabilitățile față de comunitate, dincolo de ceea ce este reglementat prin lege, așa cum se întâmplă în țările cu economii consolidate și cu democrații funcționale. În abordarea RSC pornim de la premisa că ea ființează într-o societate cu un mod propriu de modernizare. Prin urmare, RSC nu s-a impus ca efect al unei cerințe interne. Ea este un construct importat din alte societăți cu un alt mod de asumare a responsabilității în general față de tot ce se întâmplă în societate.

Mai mult, examinăm europeanizarea RSC ca aplicare a programelor de RSC decise de Comisia Europeană, îndreptate către asigurarea de beneficii sociale, economice și de mediu. În România RSC se aplică în contextul rolului jucat de stat în generarea și susținerea proceselor de modernizare, iar RSC este o dimensiune a modernizării. Din acest motiv discutăm despre realizarea RSC în contextul unei societăți cu modernitate tendențială.

## 1. Responsabilitatea socială corporativă

Responsabilitatea socială corporativă se impune ca fenomen caracteristic societății capitaliste postbelice, cu toate că termenul de RSC este un concept contestat. Interpretările și definițiile despre RSC au variat de-a lungul timpului și spațiului geografic (Fairbrass, O’Riordan, Mirza, 2006, p.4). Unii autori ridică întrebarea dacă în societatea occidentală RSC este o imagine instituțională sau un substitut instituțional (Apostolakou & Jackson, 2009).

Termenul de RSC are rădăcinile în SUA unde există o tradiție de asumare a responsabilității sociale sub forma ajutorului filantropic, bazat pe obligația morală față de indivizi și față de companie. După cum o dovedesc studiile și realitatea, sensul inițial al RSC a fost transformat, între timp, pentru a căpăta o conotație predominant economică, însă criza economică din SUA din anii '80 ai secolului al XX-lea a arătat că succesul economic depinde de contextele sociale.

Drept consecință, s-au constituit, ca o soluție la impasul cunoscut de RSC, parteneriatele dintre economie și grupurile sociale, iar ele au contribuit la producția de bunuri publice, de pildă serviciile în educație. Pentru a sprijini aceste parteneriate, statul a creat agenții intermediare între companii și societate. Noua viziune a RSC se distanțează de cea a lui Milton Friedman care apreciază că managerii au numai responsabilitatea de a acționa în numele acționarilor: „problemele societății nu privesc pe oamenii de afaceri, ele sunt în responsabilitatea statului (Friedman, 1970, p. 4).

RSC a fost preluată, mai târziu, din SUA de către alte economii capitaliste, în principal de către cele europene, economii similare, în multe privințe cu economia americană, fiind deci aplicată la același tip de raționalitate economică și socială, întruchipat în legile economiei de piață, în libertatea socială și economică, în inițiativa individuală. RSC este adoptată de către o țară prin imitație ca o practică transnațională.

Dat fiind contextul social și istoric, RSC capătă particularități în Europa Occidentală față de RSC în SUA.

Corporațiile trebuie să ia în seamă rolul diferențelor de context național în influențarea semnificativă a agendei RSC. Se amintește exemplul unor corporații care ignoră aceste diferențe naționale. De pildă, în timp ce McDonald este în fruntea mișcării RSC din SUA, aceeași corporație încalcă sistematic drepturile lucrătorilor din filialele sale europene. O companie multinațională din Europa, firma Bayer, cotate ca o companie cu o înaltă responsabilitate socială corporativă în Europa, este supusă, în SUA, criticii pentru modul cum asigură securitatea produselor ei, dar în SUA acest aspect este un element al RSC explicită pe când în Europa el ține de RSC implicită, regăsit în cadrul legal (Matten and Moon, 2008, p. 30).

Așadar, se face diferența între RSC explicită și RSC implicită. RSC explicită privește politicile corporațiilor prin asumarea responsabilității pentru interesele societății. Ea constă în voluntariat, politici adecvate, strategii de interes personal și programe ale companiilor consacrate problemelor ce țin de responsabilitatea socială a companiei.

RSC implicită se referă la practicile sociale corporative inițiate autonom de sectorul public, iar statul edifică un mediu instituționalizat al normelor și regulilor sociale, de mediu înconjurător sau etice. Cauza pentru care anumite forme de comportament corporativ reprezintă RSC explicită în anumite țări și RSC implicită în alte țări rezultă din tradiții diferite ale capitalismului, sistemului de afaceri, bunăstării sociale și relațiilor industriale (Matten and Moon, 2008). Într-un studiu, RSC este concepută ca inițiativă voluntară a organizațiilor publice sau private dincolo de prevederile legale și obligațiile contractuale, pentru beneficiul unuia sau mai multor grupuri țintă specifice (întreprinderi mici și mijlocii, clienți, pensionari, parteneri de afaceri, societatea sau mediul) fără a dezavantaja nici unul din grupurile de stakeholderi. Aceste activități nu trebuie în mod necesar să fie inițiate numai în scopuri umanitare, ci pot să contribuie la îmbunătățirea performanței unei organizații (Mandl and Dorr, 2007, p. 51).

Deși conceptul de RSC câștigă teren în întreprinderile europene, există mari diferențe printre țările membre ale Uniunii Europene cu privire la abordarea RSC și implementarea ei în companii. Europa Centrală și de Est are o moștenire instituțională și economică diferită de cea din Europa Occidentală. Pentru unele țări, cum este România, RSC este o problemă nouă.

Un studiu arată că în multe din țările intrate recent în UE nu există un corp guvernamental specific și transparent pentru activități RSC sau inițiative RSC. Vom observa că în toate țările excomuniste europene societatea civilă este în curs de formare și de consolidare, concluzie rezultată dintr-o analiză a noilor state membre (Line & Braun, 2007, p. 63). Deși există inițiative de RSC, în aceste țări, nu există o transparență a relațiilor sau a operațiunilor și nici o țară excomunistă nu a întocmit un raport despre RSC sau să fi comunicat activitățile de RSC într-o manieră sistematică. Aceeași cercetare subliniază lipsa oricărei inițiative, transparențe și responsabilități guvernamentale, lipsă considerată un obstacol major în accelerarea RSC. Se recunoaște astfel precaritatea acțiunii organizațiilor nonguvernamentale, a societății civile și a mass-media în impulsivarea RSC ca o necesitate resimțită de largi categorii sociale. Sponsorizarea privată a ONG-urilor este redusă, iar acestea nu sunt pe deplin independente. Mass-media abordează neprofesionist RSC deși în universități există deja curricula despre RSC, cu toate că, de pildă, în România în ultimii trei ani mass-media și, mai ales, cea electronică au reflectat și impulsivat inițiativele de RSC.

Toate acestea demonstrează decalajul dintre contextele interne și cerințele concrete ale RSC. Avem, în realitate, o formă introdusă dintr-o cultură a afacerilor de tip corporatist din spațiul american într-un areal central și est-european unde cultura afacerilor abia se constituie.

În societățile democratice, economia capitalistă este determinată să țină seama de contextul social, de nevoile concrete ale lucrătorilor, și nu doar de acelea ale forței de muncă. A apărut limpede că obținerea profitului de către companii este strâns asociată de stakeholderii din fiecare societate. Aceștia reprezintă o varietate mare de grupuri de interese, care revendică o responsabilitate socială din partea companiilor.

## **2. RSC și capitalismul românesc**

RSC vine în România dintr-o economie capitalistă matură, dezvoltată organic de-a lungul câtorva secole, și se aplică într-o societate care caută să reînnoade firul evoluției către o economie capitalistă, existentă înainte de 1948, anul naționalizării, perioadă cu inițiative filantropice din partea unor capitaliști români. Funcționarea RSC reflectă tipul de capitalism instaurat în România postcomunistă. Capitalismul este considerat unul din vectorii schimbării de tip modern. În consecință, modernitatea și capitalismul au fost acceptate ca direcții ale evoluției societății românești.

Modelul de capitalism este adoptat din țări unde modernizarea a fost un proces istoric îndelungat de construcție instituțională și de activitate în spațiul public, proces asumat de principalii actori ai societății, iar modernitatea a produs schimbări profunde în toate structurile sociale, culturale și instituționale de la baza societății. În termenii lui Max Weber, clasa de mijloc a impulsionat dezvoltarea modernă cu toate efectele ei în toate sectoarele societății.

În România, capitalismul s-a născut la intersecția dintre aspirația unor grupuri de a se adapta spiritului modern și tendințele expansioniste ale capitalismului occidental. Capitalismul ca mod de producție a fost adoptat de către români din rațiuni geopolitice și de strategie națională, însă acceptarea lui vizează căile de construire a sistemului de producție capitalistă într-o societate cu un alt tip de cultură și mentalitate decât Occidentul de unde este preluat acest mod de producție. În nici un caz asumarea de forme moderne din spațiul occidental nu poate fi pusă pe seama incapacității creatoare a românilor, dimpotrivă, este o dovadă a înțelegerii situației concrete a unei societăți obligată să se integreze într-un sistem economic mondial.

Capitalismul românesc actual este inventat, fiindcă el nu a apărut ca urmare a unei evoluții economice și sociale de-a lungul unei perioade istorice. Tranziția de la proprietatea colectivă la proprietatea privată a avut loc prin aplicarea de legi juridice, deci pe cale strict rațională din considerente strict politice și în mică măsură în temeiul legilor sociale și prin mijloace economice. Capitalismul românesc din secolul al XXI-lea are un caracter artificial mai pronunțat decât capitalismul românesc din secolul al XIX-lea, acesta din urmă fiind produs de proprietari, fiind în discuție doar tranziția de la un tip de proprietate privată la alt tip de proprietate privată. În perioada postcomunistă capitalismul s-a impus prin privatizare reglementată juridic, și astfel proprietatea a ajuns în mâinile unor persoane sau grupuri autohtone lipsite de statusul necesar în noua poziție socială. Ceea ce este specific noului capitalism românesc rămâne lipsa de capital (Pasti, 2006, p. 318). Economia capitalistă necesită instituții moderne ale pieței, capital și capitaliști. Avem un capitalism fără capitaliști, capitalism afirmat cu precădere nu sub dimensiunea capitalului industrial, așa cum s-a produs în capitalismul occidental. Capitalul românesc este predominant comercial. Prin privatizare, cele mai multe dintre întreprinderile românești au trecut în proprietatea unor companii străine, și o bună parte a forței de muncă lucrează aici. Managementul acestor companii se axează pe norme și reguli stabilite în alte culturi. Se ridică astfel întrebarea: în ce măsură se poate vorbi astăzi de o economie capitalistă românească, dat fiind faptul că mare parte din proprietate aparține unor companii străine?

Românii trăiesc o anumită tensiune în plan profesional și personal deoarece conduita lor trebuie să fie conformă cu normele instituționale ale companiilor, așa cum o dovedesc unele luări de poziții în spațiul public. În țările cu o societate modernă stabilizată și consolidată marile companii internaționale se încadrează în regulile și normele moderne, și astfel ele determină schimbări sociale reale, cu efecte concrete asupra tuturor categoriilor sociale, și, în consecință, asupra întregii societăți, asigurând ordinea, echilibrul și stabilitatea socială. Aceleași companii au o altă conduită în spațiile nonoccidentale fiindcă ele, de fapt, nu mai țin seama de normele modernității. Cu certitudine, ele introduc, în acele societăți, elemente ale modernității de susținere a scopurilor proprii. În schimb, în România mijloacele lor de acțiune sunt diferite, eludându-se nu de puține ori, pentru obținerea unui profit cât mai rapid, principiile modernității: liberă concurență, economie de piață reală, crearea bunăstării pentru toți, transparență, justiție și echitate socială.

Capitalismul românesc contemporan este o consecință a privatizării marilor întreprinderi de către companii europene ca o condiție *sine qua non* de acceptare a cererii României de aderare la Uniunea Europeană.

Întrebarea este dacă România, membră a Uniunii Europene, a cărei economie aparține într-o mare proporție capitalului străin, va parcurge aceleași stadii istorice de evoluție cu acelea ale dezvoltării capitaliste occidentale sau se edifică o economie capitalistă de aceeași performanță precum este capitalismul occidental? Răspunsul nu este simplu, însă trebuie spus că în această ecuație contează încă destul de mult satul și modul de viață românesc. Dezvoltarea capitalistă de către companiile europene ar urma să se producă într-un trend al modernizării reale și profitabile a satului românesc și nu pe seama lui, ca în perioada antebelică.

După ritmul de creștere economică din ultimii 8 ani, România ar putea fi caracterizată ca o țară cu o economie emergentă în care investesc întreprinderi occidentale. Pentru obținerea unor profituri consistente în economia românească, acestea iau în considerare condițiile economice, dar și profilul psihologic al românilor. Ele își adaptează strategiile și aduc cunoștințe manageriale și tehnologice în mare parte apropiate de acelea din cadrele locale. Strategiile lor urmăresc conservarea autonomiei propriilor filiale din România.

### **3. RSC în societatea modernității tendențiale**

În continuare, referim la câteva exemple lămuritoare pentru funcționarea RSC într-o societate a modernității tendențiale.

În procesul de modernizare, societatea românească a cunoscut fenomenul formelor fără fond determinat de transplantarea de instituții capitaliste într-un context intern tradițional, patriarhal și rural. Majoritatea doctrinelor sociologice românești a argumentat modernizarea României în relație directă și necesară cu dezvoltarea capitalistă (Larionescu, 2007).

În România, conceptul de RSC s-a impus după 1990 când au apărut ONG-uri, în special acelea axate pe obiective umanitare cu asistență din partea instituțiilor publice sau private internaționale (Mandl and Dorr, 2007, p. 12), concluzie ce pune în relief caracterul specific al RSC în România, fiindcă ea nu a apărut ca o acțiune rezultată din contextul românesc, ci ca o inițiativă preluată și adaptată din afară, de companiile multinaționale, interesate să promoveze strategiile lor în toate țările în care și-au extins activitățile.

Majoritatea ministerelor românești au departamente speciale pentru adoptarea de măsuri privind RSC sau promovează inițiative de schimbare a legilor conform cu principiile responsabilității sociale (Mandl and Dorr, 2007, p. 22). Întrebarea este dacă acest număr mare de instituții are mijloacele materiale și resursele umane de organizare a acțiunilor de aplicare a responsabilității sociale corporative. Ministerul Muncii, Solidarității Sociale și Familiei, Ministerul Economiei, Ministerul Agriculturii, Pădurilor și Dezvoltării Rurale, Ministerul Sănătății, Ministerul Mediului dispun de asemenea departamente dar având în vedere particularitățile societății românești, ele sunt mai mult forme birocratice lipsite de un fond adecvat. Înființarea lor s-a făcut la presiunea Uniunii Europene, așa cum s-a întâmplat cu multe dintre noile instituții apărute după 1990.

Numai 5 % dintre companiile din România au avut un buget anual pentru donații și 25% dintre ele încearcă să aibă un sistem de acțiuni de caritate (Source: AmCham – the American Chamber of Commerce in Romania, apud Mandl and Dorr, 2007, p. 36).

La fel ca alte noi practici introduse după 1990, RSC se aplică mai mult din nevoia de sincronizare cu spiritul timpului decât dintr-o necesitate reală derivată din contextele culturale și istorice ale societății autohtone. RSC are mai mult dimensiunea asistenței sociale, fiindcă rolul esențial nu-l are societatea civilă sau organizațiile nonguvernamentale, ci Biserica Ortodoxă Română. Asistența

socială bisericească se derulează între filantropie, voluntariat și servicii organizate, specializate, profesionalizate și planificate.

Experiența istorică are o relevanță deosebită pentru societatea românească. Să luăm exemplul voluntariatului, acesta a fost un construct ideologic central în perioada comunistă. În studiul RSC în societatea românească trebuie luată în seamă moștenirea lăsată de perioada comunistă, cu deosebire în ce privește intervenția statului în asistarea populației în toate situațiile. Ideologia regimului comunist pune accent pe munca voluntară, numită și muncă patriotică, o activitate larg răspândită, deși în realitate voluntariatul nu exprima inițiativa individuală, ci era o activitate impusă individului. Deformarea sensurilor lui are consecințe și astăzi asupra atitudinii și comportamentului față de voluntariat.

Un exemplu de neadecvare a RSC la realitățile românești îl reprezintă codurile etice ale companiilor. Există, în acest sens, multe asemănări cu codul etic universitar. Deși aceste coduri sunt asumate, în realitate nu sunt norme de conduită pentru angajații cărora li se adresează. Sunt rare cazuri de sancționare a abaterilor morale pornind de la prevederile acestor coduri.

Companiile își asumă responsabilitatea pentru propriile afaceri și nicidecum în scopul unui ajutor dezinteresat. Dacă în țările cu o economie capitalistă structurată și eficientă RSC este o modalitate de dezvoltare a întregii societăți, în România ea are mai mult o dimensiune de relații publice în scopul creării de imagine a companiilor în fața românilor. Se impune o delimitare între RSC și imagine. Prin acțiunea lor socială unele companii nu o fac dezinteresat ci caută să obțină un profit maxim ca imagine publică în rândul unui public cât mai extins.

Diferența dintre RSC în societatea românească și alte societăți o explic printr-un trend specific al modernității autohtone, denumit modernitatea tendențială, un anumit tip de evoluție a societății românești către norme, principii și norme ale modernității. Procesele de modernizare interne s-au orientat, la începutul fiecărei etape de tranziție, de la regimurile vechi la cele noi, către edificarea unui organism politico-juridic democratic și modern prin schimbarea profundă a vechilor instituțiilor, dar acțiunile concrete de modernizare s-au realizat, din diferite cauze, prin adoptarea legilor și imitarea instituțiilor occidentale, în lipsa unui proiect de cunoaștere și evaluare critică a situațiilor specifice din societatea românească.

Prin această afirmație nu negăm în nici un fel oportunitatea RSC în România, doar punem în evidență o anumită incompatibilitate între condițiile interne și căile de introducere a RSC. La fel ca multe alte constructe preluate din alte culturi, RSC a fost introdusă într-o societate a modernității tendențiale, o societate cu un cadru politico-juridic modern lipsit însă de fundamentele economice adecvate, adică de bazele economiei capitaliste eficiente și profitabile. Modernitatea există, ea nu poate fi negată, dar ea rămâne la suprafața societății ca tendință, și de ea beneficiază numai grupuri destul de restrânse în timp ce marile grupuri sociale continuă să trăiască, să gândească și să acționeze în spiritul normelor și valorilor tradiționale.

Evit termeni precum modernitate târzie fiindcă accentuează întârzierea noastră față de alții. Or, eu vreau să demonstrez că România are o modernitate prefigurată din contextele ei specifice derivate din istoria și cultura proprie, dar și din poziția sa geopolitică. Caut să demonstrez că modernitatea nu a pătruns până în profunzimea tuturor structurilor, nu a devenit un *modus vivendi* pentru fiecare individ și fiecare instituție sau grup social. Ea este mai mult o tendință.

Inițial, modernitatea a fost importată pentru că răspundea unor trebuințe ale unor grupuri. Lipsa ei de organicitate rezultă din rezistența vechilor structuri sociale și forme instituționale. Modernitatea răzbate greu și lent prin complicata rețea de structuri socio-instituționale din societatea românească



tradițională și patriarhală, în primul rând din comunitățile rurale. Ea este o modernitate mozaicată, nestructurată sub o formă dominantă clară.

Modernitatea tendențială derivă din influența modernității numai asupra unor categorii sociale. Ea poate fi identificată în comportamente și atitudini moderne, dar cu efecte ne semnificative pentru restul societății. Modernitatea se manifestă în arii destul de restrânse. Prin urmare, modernitatea tendențială marchează schimbări numai în anumite straturi ale societății, fiind susținută și promovată de acele grupuri efectiv interesate în schimbare socială cu profit real pentru ele.

Modernitatea tendențială derivă din faptul că modernizarea socială nu a avut ca bază o societate civilă. Dacă în Occident revoluția economică în cursul Evului Mediu european târziu, după cum spune Habermas (2005), a dus la apariția societății civile, element cheie în susținerea libertăților sociale și individuale, în spațiul românesc a lipsit acest factor fundamental al modernității.

La nivelul culturii spirituale, ne-am sincronizat cu cea occidentală (Bădescu, 2006), însă ea reflecta realități sociale și economice nemoderne. Avem aici un paradox, cultura română este modernă prin modul cum exprimă aspectele nemoderne dintr-o societate în curs de modernizare. Din corpusul culturii române a lipsit cultura capitalistă, cultura spiritului antreprenorial fiindcă noul mod de producție nu funcționa ca un sistem de producție capitalistă. Cultura română modernă este predominant ostilă capitalismului.

Relațiile interumane și sociale dintr-o comunitate funcționează într-un context social și cultural bazat pe norme și obiceiuri proprii influențate de reguli și legi europene. Modernitatea nu este în mod necesar opusă comunității. Identitatea membrilor ei continuă să se manifeste într-un context social cu elemente de modernitate – antreprenariat, infrastructură modernă, atitudini și valori moderne.

Efectele modernizării: urbanizarea, industrializarea, alfabetizarea, creșterea nivelului de educație, democratizarea relațiilor dintre oameni, flexibilitatea raporturilor dintre grupurile sociale, componente indiscutabile ale europenității noastre pot fi detectate, însă acestea nu au determinat o schimbare radicală a comportamentului și gândirii tuturor grupurilor sociale. Există modernitate dar lipsește omul modern. Toate anomaliile, contradicțiile, discrepanțele apărute în procesul de modernizare sunt, de fapt, fenomene caracteristice noului trend de dezvoltare capitalistă, o dezvoltare doar parțială și nu deplină, un capitalism tendențial sau capitalism parțial, lipsit de mecanismele economiei capitaliste, adică de performanță și rentabilitate.

După cum afirmă Ministerul Muncii din România, RSC este o realitate în business-ul românesc, numai că ea fiind importată din SUA și din Europa, s-a impus mai mult ca o modă decât ca rezultat al conștientizării nevoii de RSC. (Cf. European Commission, 2007, p. 73). În România, precum și în țări din Europa de Centrală și de Est, RSC este încă în faza de imitare a modelului occidental de RSC. Ea poate fi un instrument puternic de dezvoltare socială numai dacă răspunde trebuințelor unor categorii sociale din aceste țări.

România are multe asemănări în ce privește RSC cu țări care au cunoscut în secolul al XX-lea regimuri autoritare. De pildă, în Spania cadrul pentru RSC a fost legea și nu inițiativa privată (Mele, 2004). În comparație cu SUA, Anglia sau Germania, presiunea societății civile din Spania asupra companiilor a fost minimă. În general societatea civilă din Spania este încă relativ nedezvoltată în ce privește inițiativele sociale. Implementarea RSC în Spania este încă moderată din cauza influențelor culturale, sociale și politice.

Responsabilitatea socială corporativă apare ca o dimensiune a companiilor străine din România și nu a companiilor românești. Stakeholderii sunt vizibili predominant prin asociere cu multinaționalele

din România, și într-o măsură nesemnificativă în companiile românești. Companiile multinaționale din România se implică social în acele acțiuni pentru grupuri interesate de produsele lor și mai puțin de problemele altor grupuri sociale.

RSC nu se aplică în conformitate cu o strategie de dezvoltare a sectorului social și planificarea serviciilor și activităților sociale în sprijinul financiar și logistic al unor grupuri sociale sau profesionale semnificative. Există un decalaj între sponsorizări, adică se alocă o sumă nerelevantă pentru un program de educație, dar se oferă o sumă foarte mare pentru un eveniment monden. RSC trebuie să întărească instituții și grupuri care pot să susțină, de fapt, companiile donatoare.

#### **4. Europenizarea responsabilității sociale**

Spre deosebire de RSC din SUA și Europa Occidentală, RSC din România se află la intersecția dintre europenizare și modernitate tendențială. Să amintim câteva date ale acestei noi poziții. În primul rând se cuvine a sublinia că europenizarea vizează o societate cu o parte importantă a populației direct implicată în organizații și instituții europene sau străine. Prin acte de privatizare s-a trecut o bună parte din economia românească în proprietatea unor companii străine, unele dintre acestea aparținând unor companii de stat din țări europene. Un alt fapt semnificativ îl reprezintă competiția dintre companiile americane și companiile europene cu filiale în România. Avem, așadar, un stil american de RSC și un mod european de raportare la RSC.

Ca proces multidimensional, europenizarea contribuie la emergența unor noi înțelegeri, la explicații originale asupra unor importante chestiuni sociale interne cum este, de pildă analiza impactului acțiunilor europenilor asupra contextelor interne, endogenizarea guvernantei de tip european (Radaelli, 2004). O condiție a unei europenizări reale este oferirea unei predictibilități a direcției de evoluție a României în cadrul Uniunii Europene, în funcție de care românii să-și stabilească obiectivele și conduita.

Europenizarea RSC în România are loc prin adaptarea programelor de RSC adoptate de Comisia Europeană. Acestea sunt axate pe asigurarea de beneficii sociale, economice și de mediu. Dacă în Occident RSC vizează acțiuni fără nici o implicare a statului, în România RSC cade, de multe ori, în sarcina statului, cu precădere în acțiuni de sprijin al categoriilor sociale defavorizate, categorii neglijate de companiile multinaționale deoarece, din cauza veniturilor mici, ele nu constituie clienții lor. Este greu de presupus că o companie multinațională dar și una românească ar avea acțiuni RSC pentru populația roma.

Important rămâne ca instituțiile europene să înțeleagă că europenizarea societății românești poate fi benefică atât pentru români, cât și pentru toți europenii numai dacă răspund trebuințelor reale ale românilor. În europenizare un rol important îl au companiile multinaționale, proprietare ale industriei și ale resurselor naturale din România (Schifirneț, 2007c; 2009). Prin urmare RSC se aplică, prioritar, acestor companii multinaționale care au transferat cultura lor corporativă la nivel local. În România sunt companii multinaționale cu programe de RSC, încadrate în reglementările legii sponsorizării, iar activitățile lor sociale sunt, de fapt, investiții de marketing și publicitate.

În ce privește responsabilitatea socială corporativă în asociere cu europenizarea subliniem existența unei nepotriviri între europenizare și circumstanțele interne, ceea ce are drept consecință presiunea din partea Uniunii Europene asupra adaptării societății românești la normele europene. Diferența dintre modelul europenizării prin inovație și modelul europenizării prin imitație (Trondal, 2005) se regăsește în aplicarea RSC. Alinierea responsabilității sociale corporative la nevoile și cerințele interne depinde de gradul de europenizare a societății, concretizată în compatibilitatea între interesele corporațiilor multinaționale și structurile sociale și instituționale românești europenizate.

În acest fel europenizarea intervine și asupra RSC, prin o deplasare de la imitarea ei din alte spații naționale la funcționarea ei după standarde proprii.

Intrată în Uniunea Europeană, societatea românească va cunoaște noi modernizări. Există cel puțin două alternative: 1. evoluția de la tradiții, specific cultural și obiceiuri; 2. dezvoltarea europeană bazată pe particularități locale. Se mizează mult pe transferul de capital, pe tehnologie și know-how. Integrarea României în structurile europene înseamnă schimbarea multor dintre instituțiile, conduitele și atitudinile românilor. Cu siguranță, va avea loc o nouă modernizare, dar aceasta nu poate trece peste evoluția specifică a statului român modern (Schifirnet, 2007c).

Dacă această nouă modernizare se va face doar prin aplicarea strictă a regulilor Comunității Europene ea riscă să ducă, așa cum a generat și modernizarea indigenă, la forme fără fond. Europenizarea nu se poate reduce la punerea în practică a deciziilor de la Bruxelles, ajungându-se la excese, la reacții de respingere a Europei. Altfel, vom avea o modernizare birocratică, bazată pe scheme și planuri, inadecvată la provocările derivate din evoluția societății românești profunde în noul context dat de integrarea europeană (Schifirnet, 2007c).

## Concluzii

RSC este, cel puțin în actualele împrejurări, un construct modern, preluat din alte culturi, însă aplicat într-o societate a modernității tendențiale, o societate cu un cadru politico-juridic modern lipsit însă de fundamentele economice adecvate, adică de bazele economiei capitaliste eficiente și profitabile. Funcțiile RSC se exercită și în România, numai că ele nu se vădesc a fi întocmai ca RSC în țările cu modernitate consolidată. Cauza pentru care RSC are un specific autohton decurge din faptul că modernitatea rămâne o tendință, la suprafața societății și de ea beneficiază numai grupuri destul de restrânse în timp ce marile grupuri sociale continuă să trăiască, să gândească și să acționeze în spiritul normelor și valorilor tradiționale.

RSC se reduce la acțiunile filantropice sau la participarea cu donații oferite unor comunități sau grupuri. Este încă destul de redusă responsabilitatea socială a companiilor față de lucrătorii lor, adică ele nu inițiază acțiuni de asigurare a unor condiții de viață, dincolo de a acelor referitoare la angajați percepuți numai ca forță de muncă.

Comaniile românești și străine sunt preocupate, prioritar, de obținerea unor beneficii imediate – promovarea și menținerea brandului propriu în spațiul românesc. În acest fel RSC devine o formă fără fond, o asumare a unei responsabilități de către companii fără legătură directă cu problemele reale ale unei societăți înscrisă pe un alt trend de modernizare.

Din studiul RSC în contextul românesc se desprinde existența unei nepotriviri între europenizare și circumstanțele interne, ceea ce are drept consecință presiunea din partea Uniunii Europene asupra adaptării societății românești la normele europene privind responsabilitatea socială corporativă. Alinierea responsabilității sociale corporative la nevoile și cerințele interne depinde de gradul de europenizare a societății, concretizată în compatibilitatea intereselor corporațiilor multinaționale cu structurile sociale și instituționale românești europenizate.

RSC va deveni o realitate organică în România numai dacă acțiunile companiilor, mai ales ale multinaționalelor se vor adapta la cerințele românilor prin asumarea liberă a demersurilor lor prin autoreglementare și nu doar din rațiuni de publicitate. Altfel spus, companiile multinaționale vor aplica aceleași criterii morale în susținerea RSC ca în țările lor de origine. Aceasta se va realiza când europenizarea societății românești va pătrunde în profunzimea tuturor componentelor sale.

**Notă.** Țin să mulțumesc domnișoarei Camelia Crișan, lector la Facultatea de Comunicare și Relații Publice, SNSPA pentru observațiile și sugestiile făcute. Un gând de recunoștință se îndreaptă către cei doi evaluatori anonimi care au făcut lectura studiului în sistem peer review.

#### Referințe

Apostolakou Androniki& Jackson Gregory, "Corporate Social Responsibility in Western Europe: An Institutional Mirror or Substitute?" University of Bath School of Management, Working Paper Series, 2009, <http://www.bath.ac.uk/management/research/papers.htm> accesat la 1 iulie 2009.

Bache Ian&Marshall Adam, „Europeanisation and Domestic Change: A Governance Approach to Institutional Adaptation in Britain”, Queen’s Papers on Europeanisation, No 5, 2004.

Bădescu Ilie, „Despre periferie și periferializare. Punctul de vedere al profesorului Henri H. Stahl”, *Sociologie românească* nr. 3, 2006, pp. 45-56.

Brüggemann Michael, Stefanie, Sifft, Katharina, Kleinen-von Königslöw, Bernhard, Peters&Andreas, Wimmel, "Segmented Europeanisation. The Transnationalization of Public Spheres in Europe: Trends and Patterns" (TranState Working Papers, 37) Bremen: Sfb 597, 2006.

Dahlsrud Alexander, "How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Published online in Wiley InterScience ([www.interscience.wiley.com](http://www.interscience.wiley.com)), accesat în 15 iulie 2009.

European Commission, *Corporate Social Responsibility – National public policies in the European Union*, Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007.

Fairbrass Jenny, „Corporate social responsibility policy in the EU: issues of legitimacy, representation and political competition”. Paper prepared for the UACES Annual Conference, 'Exchanging Ideas on Europe', held at the University of Edinburgh, 1st-3rd September 2008.

Fairbrass Jenny, O’Riordan Linda&Mirza Hafiz, „Corporate Social Responsibility: Differing Definitions and Practice?”. 55 Working Paper No 06/05 March 2006.

Friedman Milton, „The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”, *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.

Habermas Jürgen, *Sfera publică și transformarea ei structurală. Studiu asupra unei categorii a societății burgheze*, traducere și notă bibliografică de Janina Ianoși, București: Comunicare.ro, 2005.

Larionescu Maria, *Istoria sociologiei românești*, Editura Universității din București, 2007.

Line Mark&Braun Robert, *Baseline study on RSC practices in the new EU member states and candidate countries*, United Nations Development Programme, 2007.

Mandl Irene&Dorr Andrea, *CSR and Competitiveness European SMEs’ Good Practice Consolidated European Report*, Austrian Institute for SME Research, 2007.

Matten Dirk&Moon Jeremy, "'Implicit' and 'Explicit' RSC: A conceptual framework for understanding RSC in Europe". *The Academy of Management Review (AMR)*, Volume 33, Number 2/2008, pp: 404 – 424.

Mele Domenech, "Corporate Social Responsibility in Spain: An Overview", *IESE Business School Working Paper* March, No. 543, 2004.

Pasti Vladimir, *Noul capitalism românesc*. Iași, Polirom, 2006.

Radaelli Claudio M., "Europeanisation: Solution or problem?", *European Integration online Papers (EIoP)* Vol. 8, Nr 16, 2004. <http://eiop.or.at/eiop/texte/2004-016a.htm> accesat la 1 iulie 2009.

Schifirnet Constantin, "The Mass Media and Tendentious Modernity in the Transition Process from National Society to European Community", *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, volume 9, nr.1, 2009.

Schifirnet Constantin, *Modernitatea tendențială*, în curs de apariție.

Schifirnet Constantin, "Tendentious Modernity and Innovation". În: Bârgăoanu Alina; Pricopie Remus (eds.). *Education, Research and Innovation*. București: Comunicare.ro, 2008, pp. 385-390.

Schifirnet Constantin, "Mass Media in National Public Sphere and in European Public Sphere". *Romanian Journal of Sociology*, p. 93-1001, 2007a.

Schifirnet Constantin, "From Romanian Indigenous Modernization to Europeanization". In: Dobrescu Paul; Țăranu Andrei; Bârgăoanu Alina (eds.), *Proceedings of the Globalization and Policies of Development. International Conference 2007*. București:Editura Comunicare.ro, 2007b, pp. 133-138.

Schifirnet Constantin, *Formele fără fond, un brand românesc*, București: Editura Comunicare.ro, 2007c.

Trondal Jarle, "Two Worlds of Europeanisation – Unpacking Models of Government Innovation and Transgovernmental Imitation", *European Integration online Papers (EIoP)* Vol. 9, 2005.