

Raluca Galos, "Comunicare etica si responsabilitate sociala", *Timpul*, a XII, nr. 154, (ianuarie 2012): 6.

<http://www.timpul.ro/ro-numar-pdf-ianuarie-2012-109.html>

**RALUCA GALOȘ**

### **Comunicare etică și Responsabilitate socială**

În cartea *Comunicare Etică și Responsabilitate Socială*, publicată de Editura Tritonic, în 2011, Sandu Frunză ne propune, pe de o parte, o nouă perspectivă teoretică asupra relației dintre etică și responsabilitatea socială, iar pe de altă parte, o perspectivă nuanțată în ceea ce privește importanța eticii în domeniul comunicării publice și în domeniul practicilor organizaționale.

Din prima parte remarcăm o discuție elaborată despre relația dintre etică, morală și lege. De la conceptul filosofic de etică, Sandu Frunză ajunge în cele din urmă la eticile profesionale și la eticile aplicate în general. În acest context, discuția se învârtă în jurul deontologiei și a importanței pe care etica o are în viața organizațiilor economice, a celor culturale, a mass media, dar și în contextul noilor reforme din sistemul educațional românesc.

Sensul atribuit problemelor de etică în afaceri și în viața profesională este, prin urmare, un punct important în cercetare, deoarece etica în afaceri și cea profesională ar putea fi greșit percepută ca un tip de cod universalist.

Spre deosebire de simțul comun sau de acei autori care sunt înclinați să asocieze etica cu morala sau cu sentimentul moral, Sandu Frunză se oprește asupra unui sens al eticii care face posibilă discuția despre instituționalizarea ei. De aceea atenția cititorilor cărții sale este orientată spre etica înțeleasă ca deontologie.

Fără a intra în divergență cu autorii pentru care etica semnifică "știința binelui și a răului", Sandu Frunză își manifestă preferința pentru domeniul eticilor profesionale, unde regăsește o zonă a nuanțelor, care nu mai judecă în termeni dualiști, de bine și de rău, ci în termenii regulilor ce fac posibilă dezvoltarea unei etici profesionale și modelarea vieții organizațiilor potrivit principiilor etice. Totodată, autorul consideră că etica înțeleasă ca deontologie nu se mai află într-o relație obligatorie și necesară nici cu religia, chiar dacă este evident că majoritatea religiilor înglobează și susțin standarde etice, și chiar dacă anumite aspecte înalte ale eticii profesionale pot fi identificate la origine ca fiind de natură religioasă.

Deși recunoaște importanța religiei ca parte constitutivă a oricărei culturi, Sandu Frunză este adeptul unei etici laice care să poată funcționa ca “un instrument important de construcție și reconstrucție a spațiului public”. Acest tip de etică se poate construi doar pe fondul unei etici minimale, specifică lumii postmoderne. Deontologia poate deveni un instrument de instituționalizare a eticii doar pe fondul acesta favorizat de societatea globală actuală.

O preocupare importantă a acestei părți este cea legată de managementul eticii și de instituționalizarea eticii, autorul relevând dificultățile pe care le pot întâmpina organizațiile în implementarea principiilor etice ca factori de creștere a eficienței comunicării și dezvoltării organizaționale. Una dintre soluțiile propuse în acest volum este aceea a construcției strategice a organizației în jurul codului deontologic ca instrument de creștere a încrederii, al dezvoltării imaginii și al stimulării competitivității și eficienței. O clarificare importantă adusă de autor este cea privind modul de funcționare și statutul pe care îl are Codul deontologic într-o organizație. Astfel, constatăm că deși Codul deontologic poate funcționa ca un instrument în baza căruia se pot acorda recompense sau pedepse, el rămâne un instrument etic. Precizarea mi se pare importantă deoarece, așa cum e bine știut, a te comporta etic nu e totuna cu a respecta legea. În numeroase cazuri legea include anumite convingeri morale, pe care le împărtășesc numeroși cetățeni ai unui stat. Realitatea este cea care oferă dovezi ale faptului că legile, ca și sentimentele, se pot abate față de ceea ce este etic. Codurile etice reprezintă o modalitate prin care organizațiile încearcă să influențeze percepțiile angajaților cu privire la problemele din contextul organizațional. Codurile reflectă preocuparea organizațiilor cu privire la obligațiile morale și orientarea etică. În felul acesta, Codurile deontologice sunt un motor de comunicare a culturii organizaționale, pe de o parte, în mediul intern (angajații), iar pe de altă parte, în mediul extern (clienții, publicul larg).

Partea a doua a cărții aduce în discuție instituționalizarea eticii în domeniul comunicării în spațiul public românesc. Cu acest scop sunt prezentate pe larg concepțiile a doi autori români despre rolul eticii în relațiile publice și în comunicarea publică. Cei doi autori, Dumitru Borțun și Remus Pricopie, sunt oferiți ca doi gânditori care argumentează în favoarea unei strânse relații dintre eficiență, etică și comunicarea publică. Dezbaterile în jurul importanței eticii în comunicarea organizațională arată că realitatea mediului economic, care influențează și profesionistul în PR, demonstrează faptul că relativismul profesat în aceste cercuri este unul moderat. Pe de-o parte, acest mediu acceptă că există o serie de valori și de principii morale universal valabile – precum curajul, onestitatea, respectul demnității umane, mărinimia, iar pe de altă parte, susține că înțelegerea și aplicarea lor în diferite situații și

contexte specifice variază foarte mult de la o cultură și de la o perioadă la alta, de la o organizație la alta.

În dezvoltarea lor, organizațiile economice multinaționale se confruntă cu diversitatea culturală a țărilor și regiunilor lumii în care își desfășoară activitatea. Această provocare rezultă din inexistența sau imposibilitatea conturării unor soluții universal valabile. Dificultatea generării unor soluții este intim conectată la problemele ce țin mai mult de spiritualitatea popoarelor, decât de aspecte de ordin economic și social. Dincolo de dificultățile impuse de relația dintre local și global, corporațiile nu mai pot respinge rolul eticii invocând imposibilitatea realizării unui cod de conduită universal valabil pentru corporații. Ele trebuie să accepte un cod etic valabil atât pentru cei aflați în poziții de decizie, cât și pentru ceilalți profesioniști, fie că aceștia acționează la nivel național sau internațional.

Procesul de globalizare economică tinde oarecum să monopolizeze utilitatea conceptului general de globalizare. Constatarea faptului că economia mondială s-a internaționalizat nu mai este o noutate. În spatele acestui fenomen stau forțe ale pieței greu de controlat, forțe puse în mișcare de companiile translaționale. Aceste companii sunt considerate a fi fără identitate, deoarece ele nu se supun unui stat național migrând în funcție de avantajele oferite de piețele de desfacere. Prezența unui Cod etic în organizație poate să impună valori și principii care să vină în conturarea unei identități.

Ultima parte a lucrării ne propune o discuție amplă despre semnificația etică a responsabilității sociale a corporațiilor. Demersul lui Sandu Frunză pornește de la clarificări conceptuale privind responsabilitatea și responsabilitatea socială a organizațiilor, inclusiv a statului înțeles ca o organizație ce acționează în contextul relațiilor globale. Analizele sunt axate pe responsabilitatea socială a organizațiilor economice, a organizațiilor mass-media, dar și pe modul în care trebuie conceput raportul între responsabilitatea individuală, responsabilitatea profesională și responsabilitatea socială în sistemul de sănătate publică, cu specială referință la sistemul de sănătate din România. Autorul revendică necesitatea unei atitudini etice, responsabile a statului în raport cu fiecare membru al societății românești.

Cartea propusă de Sandu Frunză are meritul de a aduce în discuție necesitatea promovării eticii organizaționale într-o perioadă în care preocuparea pentru etică este împinsă pe un plan secund în raport cu principiile profitabilității.

Autorul arată că o atitudine etică a organizațiilor economice, a celor mediatice, a celor din domeniul comunicării, dar și atitudinea etică a instituțiilor statului care propun politici publice, se poate constitui tocmai într-un factor de creștere a eficienței în condițiile afirmării

unei responsabilități sociale sporite. În acest fel, cartea lui Sandu Frunză oferă provocări și răspunsuri la probleme privind cultura economică și cultura politică actuală.