

Influential Article Review - New Innovations in CSR Direction Setting

Leta Bunker

Domenica Vanover

Glady Colby

This paper examines corporate social responsibility. We present insights from a highly influential paper. Here are the highlights from this paper: The purpose of this article is to challenge scholars of corporate social responsibility and CSR officers of private corporations to rethink their subject matter and their approach. The fundamental problem that needs to be addressed in CSR scholarship is whether it is descriptive or normative or something else. I maintain that much of the current literature is inadequately descriptive and philosophically deficient with regard to norms. I suggest a number of additional activities for CSR research (e.g., consumer responsibility) compatible with a morally pluralistic world that is hospitable to a market economy. For our overseas readers, we then present the insights from this paper in Spanish, French, Portuguese, and German.

SUMMARY

- The very semantics of the expression CSR carries with it the presumption that corporations have responsibilities, most especially to consumers but to others as well. What about the responsibilities of consumers? A quick search of the category consumer responsibility brings up a whole host of articles on, you guessed it, what corporations owe to consumers or how consumers view CSR. It is almost impossible to find much literature of what we should expect from consumers themselves. The only exception seems to be a few articles on how consumers can contribute to social policies of dealing with pollution or private investment. This raises two questions: First, is there a need for the category of consumer responsibility? Second, if the answer to the previous question is yes, then why is there so little work on this issue?
- I suggest that the need for the category of consumer responsibility is important. In order to understand this, let us look at the concept of the Technological Project, the philosophical transition from the view that humanity should conform to the natural order to the view that humanity transforms nature to suit human convenience, or in Descartes' words that we are here to make ourselves the masters and possessors of nature. It is the Technological Project in conjunction with the market economy that has led to the creation of products and services that have transformed both the physical and social world to such an extent that in an age of globalization we now divide the world into developed and developing economies.
- There are many experimental pharmaceutical products and technologies that could conceivably save or improve lives.

- Every firm deals with political and social transaction costs. Political transaction costs are one reason firms, and even whole industries, employ lobbyists. CSR is an example of a social transaction cost. CSR in this context means serving social interests without direct remuneration but which is consistent with and indirectly serves long-term investor value.
- CSR as traditionally understood operates in two areas: reforming the workplace and helping address larger social issues that are not limited to the larger economic and workplace environment.
- Let us address the second area first. Most of us assume that CSR goes in only one direction, namely, what firms can do for non-profits as defined by the non-profit industry. On the contrary, should we consider the extent to which business leaders can, may, and should, have a vital role in formulating public policy or reforming non-profits such as universities? To be asked to contribute to the resolution of larger social issues implies participating in the debate as to what exactly those issues are, how the issues are to be diagnosed, and how to prescribe for them.
- Another suggestion is to encourage firms to encourage directors, employees, and shareholders to contribute to philanthropies or nonprofits that focus exclusively on addressing social problems.

HIGHLY INFLUENTIAL ARTICLE

We used the following article as a basis of our evaluation:

Capaldi, N. (2016). New (Other?) Directions in Corporate Social Responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 1(1), 1–7.

This is the link to the publisher’s website:

<https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0005-5>

INTRODUCTION

The purpose of this essay is to challenge scholars of corporate social responsibility and CSR officers of private corporations to rethink their subject matter and their approach. In order to raise this challenge and to provoke further discussion, I have deliberately chosen to overstate my case. With that caveat in mind, let us begin.

The Administrative Fallacy

The fundamental problem that needs to be addressed in CSR scholarship is whether it is descriptive or normative or something else (Crane et al. 2008). This is a problem rooted in both philosophy and the history of the social sciences.

The great success of the scientific revolution in the 17th and 18th-centuries gave rise to a new intellectual attitude: The Enlightenment Project (Adorno & Horkheimer 1990; Carl Becker 1962; Bloom 1987; Capaldi 1998; MacIntyre 1981; McCarthy 1998). The Enlightenment Project asserts that there can be a social science comparable to physical science, that social science can help us explain, predict, and control the social world. In short, there is the belief that there can eventually be social technology. The dream of a social technological utopia is the common inheritance of liberals, socialists, and Marxists ((Carl Becker 1962), chapter four). Some of us would argue this is delusional and misguided.

It is precisely this belief in a social technology that informs much of the social science disciplines those trained in the social sciences and, ultimately, therefore many practitioners in the CSR field. There are academicians ever ready to play the part of Philosopher Kings and Queens. In his critique of what he calls the entrepreneurial society, George Brenkert (long time editor of *Business Ethics Quarterly*) warns that “instead, then, of a Platonic society, which looked to its philosopher kings, our entrepreneurial society will look to its entrepreneur bosses.” ((Brenkert 2002) p. 17). A large part of the hostility of many intellectuals

to modern commercial societies is that such societies are not enterprise associations requiring a clerisy (De Jouvenel 1974; Klein 2006; Mises 1975; Nozick 1998; Schumpeter 1975).

“...intellectuals also detested Americanism for a more personal reason. They knew that in an Americanized society, dominated by commercial culture, the place of philosophers and literati was marginal at best. Far from being the dogma by downtrodden peasant, Occidentalism more often reflects the fears and prejudices of urban intellectuals, who feel displaced in a world of mass commerce” ((Buruma & Margalit 2005), p. 30).

Prior to the modern (Renaissance) period, classical and medieval theorists asserted the existence of a universal teleology. Everything, including the human and social world, was governed by an internal telos (goal). From this perspective, describing and normalizing amount to the same thing. All of that came to an end when modern physics (Descartes, Newton) denied the existence of final causes and therefore denied the existence of teleology in the physical world. If social science is supposed to be modeled along the lines of modern physics, then it cannot appeal to objective internal norms or a telos.

It is the Enlightenment Project mentality that obfuscates the distinction between describing and explaining the inherent norms of commercial activity along with an internal critique of when we fail to instantiate those norms as opposed to normative CSR which proscribes, presumably, from a purely external position what participants in commerce should be doing. Where do these external norms originate? Do these external norms reflect a private political agenda, or do they reflect a larger social structure? Who has correctly apprehended that larger social structure? Is that structure defensible? How so?

It is not my purpose to denigrate advocacy of any kind or to inhibit political, social, and economic reform. It is my purpose to point out that this is not scholarship. One may use scholarship to support advocacy, but advocacy is more than scholarship, and, by itself, scholarship does not entail specific reforms or agendas. To engage in advocacy under the guise of scholarship is to reflect either intellectual confusion or intellectual dishonesty.

There are numerous histories of CSR (Carroll 2008). Relative to my concern with the administrative fallacy, I offer another such history as it emerged in the U.S. (Ryan 2006). The field of CSR was economically and politically liberal because of its origins in business schools and philosophy departments. With regard to business schools, it can be traced back to the University of California-Berkeley in the 1960s, where many of the first leaders of the nascent Business and Society field worked or were trained (Epstein 1999). Research focused on corporations’ “social responsibilities” and sought economic reforms to assuage the inequalities perceived to be inherent in capitalism (Jones 1980).

With regard to philosophy, philosophers’ traditionally “hostile attitudes” toward business ((Shaw 1996): 490) became immediately evident. They used a specific political agenda to “understand, assess, and perhaps modify the socioeconomic context...that frame[s] the moral choices that confront individuals,” often leading to critiques from a Marxist or immoral-market perspective ((Shaw 1996): 496). Others focused the attention of students on corporations’ social responsibilities, questioning whether firms should do “more” than maximize profits.

Philosophy has a specific role comprising two parts, pedagogical and cultural. The pedagogical role is making us self-conscious, aware of our basic presuppositions. This is analysis; it can be taught; and it can be practiced outside of the discipline, the profession and the academy. The cultural role is the fashioning of a narrative that brings the presuppositions of an entire array of cultural practices into some sort of coherent synthesis. This is a role that has been unique to philosophy or to those we identify as great philosophers, even though many of them have played that role outside of the academy.

This second role is not an authoritative role. An individual thinker may choose to do both. However, the legitimacy of the policies derived from the vision in no way follow from the value of the vision. Others can in retrospect appreciate the value and importance and influence of the vision without endorsing the derived policies. We value Aristotle’s analysis of the polis, but most of us would choose not to live in one. To engage in this activity is to offer a vision, not an argument, although the vision may contain arguments within it. Identifying presuppositions is different from the application of those presuppositions or the

challenging of some of those presuppositions in the light of others. It is a role that acknowledges the freedom of the imagination, the autonomy of choice, and in the contemporary context the goodness or validity of a civil association. It is a role that can never be played by self-alienated and self-proclaimed elites who strive to reveal to others their respective roles and beliefs and actions within an enterprise association, that is, an association with a collective goal to which individual goals are subordinate. Many prominent members of the philosophy profession are so unreflectively hostile to modern commercial societies that they have incapacitated themselves from providing a vision: Rorty, MacIntyre, Blackburn, Derrida, Foucault, to name just a few. A large part of the hostility of many intellectuals to modern commercial societies is that such societies are not enterprise associations requiring a clerisy Hollander (Hollander 2006). Philosophy, for many, is the articulation of a moral vision (an alternative vision) for those hostiles to substantive religious communities.

Even so-called empirical research was tainted by a bias. One study claimed that undergraduate business students were overwhelmingly “utilitarian egoists” (Wood et al. 1998), and another that MBA students were egoistic. The assumption in both studies was that “egoism” is of the “subjective” variety, emphasizing maximizing one’s subjective view of one’s own good in the short term and ignoring the consequences for others. This study, of course, ignores other variants of philosophical egoism. These studies reinforce the assumption that business students, and ultimately businesspersons, are morally wanting.

The field’s most successful assault on free-market thinking is “stakeholder theory,” which claims that the corporate executive’s job is to balance the needs and desires of all the corporate constituencies (Donaldson & Preston 1995). That position is contrasted in the literature with “stockholder theory,” which generally follows Friedmans (Friedman 1970) position that executives should maximize profits “within the rules of the game.” We ignore for the moment whether this is an accurate account of Friedman. What needs to be emphasized is the reaction of the business community to stakeholder theory initially and later when businesspeople attempted to apply it in practice. According to the Business Roundtable:

[1990] Corporations are chartered to serve both their shareholders and society as a whole. The interests of the shareholders are primarily measured in terms of economic return over time. The interests for others in society (other stakeholders) are defined by their relationship to the corporation....The thrust of history and law strongly supports the broader view of the directors’ responsibility to carefully weigh the interests of all stakeholders as part of their responsibility to the corporation or to the long term interests of its shareholders. (“Corporate Governance and American Competitiveness,” March 1990)

[1997] The weakness of the stakeholder model is the absence of an overall objective function which implicitly or explicitly specifies the tradeoffs from expenditures on various items, including each of the firm’s stakeholders. This in turn implies that the top managers of such organizations cannot be held accountable for their decisions because without an overall objective function, there is no way to measure and evaluate their performance....it would leave the board with no criterion for resolving conflicts between interests of stockholders and of other stakeholders or among different groups of stakeholders. (“Statement on Corporate Governance,” September 1997, pp. 3–4).

Two other things need to be emphasized, and both of them concern how executives are supposed to balance various claims. First, Schumpeter’s concept of ‘creative destruction’ is not only an economic concept calling attention to how entrepreneurship in a dynamic economy constantly changes the economic landscape: what we produce and do not produce; how we produce it; how we organize production, distribution, marketing, financing, etc. It also applies to changes in the social world that reflect changes in the economic world. For example, think of how economic growth and globalization led to the greater participation of women in the workforce. Think again of how that participation has radically altered not only the workplace but the relationship between men and women, family life, etc. Not only have we not caught up to digesting these changes, but we also have to ask ourselves what other changes are percolating or will develop. If so, how do we know we are balancing claims now in a way that will evolve positively in regard to future developments? The answer is we do not know, we cannot know, and there can certainly be conflicting approaches.

Second, taking Archie Carroll’s pyramid as our frame of reference, we might want, and I certainly do, to challenge the notion that we live or ever have lived or expect to live in a morally monistic world. Let me

suggest that we live in a morally pluralistic world (all of past history and current events are my evidence). Let me suggest that this is sometimes a good thing. If all of the foregoing is true, then there is no single way to balance claims, no algorithm that we can discern or teach.

A serious scholarly review of the philosophical literature will reveal that there is no consensus on resolving ethical disputes at the highest level (Solomon 2006). To begin with, it is not only the case that there are significant ethical disagreements about substantive issues. Many if not most of these controversies do not appear to be resolvable through sound rational argument. Again, many of the controversies depend upon different foundational metaphysical commitments. In most metaphysical controversies' resolution is possible only through the granting of particular initial premises and rules of evidence. Even when foundational metaphysical issues do not appear to be at stake, the debates turn on different rankings of the good. Resolution does not appear to be feasible without begging the question, arguing in a circle, or engaging in infinite regress. We cannot appeal to consequences without knowing how to rank the impact of different approaches with regard to different ethical interests (liberty, equality, prosperity, security, etc.). Nor can we appeal to preference satisfaction unless one already grants how one will correct preferences and compare rational versus impassioned preferences, as well as calculate the discount rate for preferences over time. Any Appeal to disinterested observers, hypothetical choosers, or hypothetical contractors will not avail either, because if such decision makers are truly disinterested, they will choose nothing. To choose in a particular way, one must already be fitted out with a particular moral sense or thin theory of the good. Intuitions can be met with contrary intuitions. Any particular balancing of claims can be countered with a different way of achieving a balance. In order to appeal for guidance to any account of moral rationality one must already have secured the content for that moral rationality.

Management, Marketing, Social Science and Norms

There is one particular misguided tendency in social science research in general and CSR research in particular to which I wish to call attention. Again, it concerns the seeming inability of some researchers to deal with norms as opposed to facts. I call attention to the following abstract:

Although prior research provides significant evidence that political ideology (i.e. liberal or conservative) can influence an individual's views about gender roles in economic life, little is known about whether these views influence organizations. In this work, we theorize as to why conservative (liberal) managers may have higher (lower) rates of gender inequality in the training, promotion, and turnover of their subordinates, relative to moderate managers. We further theorize that conservative (liberal) managers will be less (more) likely to lead their firm's diversity initiatives, relative to moderate managers. Using novel microdata from the legal services industry, we find support for the majority of our arguments (Carnahan & Greenwood 2016).

Aside from some fuzzy definitions of what it means to be 'conservative' or 'liberal', the article tells us that 'liberal' managers tend to be more accommodating to diversity programs, and it is the opposite for 'conservatives'. Do we need empirical research to tell us this? Isn't this part of what it means in certain contexts to be 'liberal' or 'conservative'? This is not an empirical finding but a matter of definition. This is like conducting a poll to determine if all bachelors are unmarried males! Does this research show us that diversity programs are good or bad and, if so, relative to what criteria? Is this so-called research meant to lead to the recommendation of CSR policy that 'conservative' managers should be fired? Replaced? Sent to sensitivity sessions?

Spontaneous Order

Although I cannot elaborate on it at length here, I want to suggest that the social world has to be understood in Hayekian terms. The social world is neither a mechanism nor organic. It is historical and evolving. Within it, one can discern two kinds of 'order': made order and spontaneous order. 'Made order' organizations exhibit exogenous order. This means that an outside force imposes order upon an organization. Such order can refer to the purpose or telos that defines the made order. This is exogenous order because the purpose involved is independent of the order, as opposed to being internal to or immanent within the order. 'Spontaneous orders' by contrast exhibit endogenous order; they do not have an external purpose. Neither do they have built-in telos.

Examples of spontaneous order include – the economy or market order, which Hayek describes as a discovery procedure; the common law legal system, which leads to the discovery of rules immanent within the social practice; the entire social or extended order, which in Wittgensteinian fashion allows initiate learners to become master linguistic practitioners by initiating them into our shared form of life.

No amount of research will enable us to anticipate, reconcile conflicts within, or plan construction of “a rational economic order” (Hayek 1945). In order to do so, we would need (1) perfect knowledge on the part of economic planners, (2) the ability to define, without reference to the understandings of individual economic actors and their contexts, an objective hierarchy of preferences, and (3) the ability to determine the relative values of all means and ends available to the planner(s). The complex claim to perfect knowledge includes within it a claim to know both the appropriate arrangement of all of that knowledge, and the relationship between any two pieces of knowledge, such that it is possible to derive, based upon this knowledge, all of the possible equilibrium outcomes for any set of inputs and possible outputs. The question of relevance is tied to metaphysics. Only if the structure of the world is accurately mirrored in the rules of logical deduction is it conceivable that any single mind or group of minds could possibly know what knowledge is and is not relevant to a given plan. In addition, the totality of possible outcomes of the different uses that we might make of these inputs would have to be deducible from the nature of the inputs themselves. Once we know the properties of the individual inputs, the properties of all possible combinations of inputs are deductible as well, at least in principle. The second requirement of constructing a rational economic order is the ability to define, without reference to the understandings of individual economic actors and their contexts, an objective hierarchy of preferences. This requires calculation based not only on a given system of preferences, but also on the possibility of rationally deducing the correct course of action from the conditions under which planning must take place. The first dimension of this requirement amounts to the assumption of stable, transitive preferences, which are articulable in full and in advance of choice and action and which are not affected by the particular circumstances of individual agents. Finally, we would need the ability to determine the relative values of all means and ends available to the planner in the absence of market institutions and processes. As should be obvious, this also requires that the order in question be understood as a teleocratic order, within which there exists agreement about who has authority to decide in individual cases what course of action the members will pursue. Given this information, it is possible in principle to know which ends are most valuable and to decide which means to use in pursuit of those ends. Of course, none of this is possible.

Consumer Responsibility

The very semantics of the expression CSR carries with it the presumption that corporations have responsibilities, most especially to consumers but to others as well. What about the responsibilities of consumers? A quick search of the category consumer responsibility brings up a whole host of articles on, you guessed it, what corporations owe to consumers or how consumers view CSR. It is almost impossible to find much literature of what we should expect from consumers themselves. The only exception seems to be a few articles on how consumers can contribute to social policies of dealing with pollution or private investment. This raises two questions: First, is there a need for the category of consumer responsibility? Second, if the answer to the previous question is yes, then why is there so little work on this issue?

I suggest that the need for the category of consumer responsibility is important. In order to understand this, let us look at the concept of the Technological Project (Capaldi 2004), the philosophical transition from the view that humanity should conform to the natural order to the view that humanity transforms nature to suit human convenience, or in Descartes’ words that we are here to make ourselves the masters and possessors of nature. It is the Technological Project in conjunction with the market economy that has led to the creation of products and services (Schumpeter’s creative destruction) that have transformed both the physical and social world to such an extent that in an age of globalization we now divide the world into developed and developing economies. Add to this the humor associated with stories about older people not knowing how to use the latest technology. In short, we have a huge problem of consumers confronted with products, services, and choices for which they seem ill equipped. Are there consumers who do not know how to use products responsibly? If so, whose responsibility is it to deal with this problem?

There are several immediate responses designed to defuse this category. First, it will be argued that the Technological Project is itself at fault and that humanity should embrace the GAIA world view and cease and desist immediately from using the products and services of the Technological Project. I do not think this is going to happen because (a) there are serious intellectual problems with the GAIA hypothesis, (b) we need the Technological Project to promote awareness of environmental issues, and (c) most especially it is too late to reject the Technological Project because modernity is committed to the faith in technology – that is, we assume and act on the assumption that future technology will solve the problems created by the older technology. So, for example, the creation of driverless cars will enable us to overcome the irresponsible driving habits of some drivers. This will, in turn, create a new set of problems – e.g., the malfunction of computers that direct such cars. A deep look into the modern world will reveal that it is too late to go back. There is a significant difference between responsible engagement with the environment and a wholesale rejection of the Technological Project.

A second immediate response is, as usual, to (a) see consumers as passive products of their environment and (b) shift the responsibility to corporations, that is, more CSR. Companies should be required to provide more information on products or print more and larger warning labels or sponsor commercials warning about the misuse of products. The clear difficulty with this solution, other than the fact that it has not seemed to be effective, is that we are all on information overload such that more information being produced leads to less information being digested. We can add to this that many consumers are fully aware of the dangers of misusing a product but do so anyway. There is always the American version of CSR of allowing the victims and even the perpetrators of the deliberate misuse of products to sue the company that produces the product. For example, there are numerous examples of U.S. juries imposing damages on companies even when those companies place warning labels on products and go so far as to mechanically inhibit misuse (and the user disables the safety device)! This not only leads to higher insurance costs and thereby imposing additional costs on other consumers but to removing valuable products from the marketplace.

The most serious objection to these proposed remedies is that they create a moral hazard. The Technological Project has made the world better but more complicated. Can we or should we expect the government and commercial organizations or private firms alone to save us from ourselves? Isn't it time to focus on both educating consumers and demanding more of them in exchange? Are there cases where it is of vital importance to place the burden on the consumer?

Consumers and Medical Technology: A Case in Point

There are many experimental pharmaceutical products and technologies that could conceivably save or improve lives. These products do not at present help everyone and in some cases pose considerable risk. That is why these medical technologies are still in various stages of development and testing.

Who should decide whether or not to employ these experimental products? Doctors? The government? Pharmaceutical CSR personnel? Might it not make more sense to have patients accept final responsibility for deciding on the use of these products? Would this not also be a voluntary benefit to experimenters?

The Economics of CSR Social Transaction Costs

Every firm deals with political and social transaction costs. Political transaction costs are one reason firms, and even whole industries, employ lobbyists. CSR is an example of a social transaction cost. CSR in this context means serving social interests without direct remuneration but which is consistent with and indirectly serves long-term investor value. There is another reason to take this seriously, namely, it often obfuscates the role of management, which is to look at a macro-context that includes more than markets. Most of the CSR literature fails to address the economic question of how we measure the value of CSR as opposed to the loss of resources that could have been used for other purposes, including charitable contributions by shareholders. If there is need for an empirical study, it should be to determine in some fashion whether addressing social issues is done better directly by Firms or by private philanthropy. This is one issue that contrasts U.S. approaches from E.U. approaches. We should also mention that in the U.S. we have CSR corporate officers intently focused on elaborating procedures to safeguard everyone but especially the firm from legal action either on the part of the government or from frivolous lawsuits.

Turning the Tables

CSR as traditionally understood operates in two areas: (1) reforming the workplace and (2) helping address larger social issues that are not limited to the larger economic and workplace environment.

Let us address the second area first. Most of us assume that CSR goes in only one direction, namely, what firms can do for non-profits as defined by the non-profit industry (CSR scholars and others). On the contrary, should we consider the extent to which business leaders can, may, and should, have a vital role in formulating public policy or reforming non-profits such as universities? To be asked to contribute to the resolution of larger social issues implies participating in the debate as to what exactly those issues are, how the issues are to be diagnosed, and how to prescribe for them. Might business leaders sometimes be in a better position to contribute to that discussion than academics?

Those predisposed to be hostile to markets see CSR as a way of shifting the costs of social policy to the private sector in the face of taxpayer rebellion. Often, they assume that they personally will determine the CSR policies and that commercial firms will then foot the bill. Might we argue that what we really need is for the business community to become more actively involved in defining social problems and helping in formulating and implementing remedies. Might the business community as a form of CSR advocate defunding universities that promote ignorance and hostility to markets? Might it seek (as is apparently the case now) to review universities and other educational and research institutions from the point of view of a business? Specifically, what are the objectives, how are they pursued, what are the costs and benefits, rating teachers and scholars on their productivity? In short, why assume that academicians are the best judge of the academic world? After all, academics assume they are the best judge of the commercial world as well as everything else. Short of the appeal to the Enlightenment Project and social technology expertise, I do not see how academics can respond to this question in the affirmative.

With regard to the first area, CSR in the internal operation of the firm, should firms educate employees and their families on why business operates the way it does in a market economy? Should they insist on hiring MBAs only if they have completed a program that is pro-market and pro-growth? Should they educate them (and give money to business schools) to explain the evils of corruption and of crony capitalism/socialism?

Another suggestion is to encourage firms to encourage directors, employees, and shareholders to contribute to philanthropies or nonprofits that focus exclusively on addressing social problems. Rather than the firm's money and human capital, which might be focused on producing profitable products and services, we encourage the development of spiritual capital on the part of individuals to contribute their own personal money, voluntary free time, and personal expertise to both addressing social issues and expanding the productivity of the market economy. We do not have to share the same ideology to contribute to this. We do not need to detract from a firm's competitive position to do this.

Something close to what I have in mind has been identified by Tierney (Tierney 2006).

“...to a new generation of entrepreneurs, there's no conflict between capitalism and compassion.... The movement's philosopher is John Mackey, the co-founder of Whole Foods. Mackey is a passionate environmentalist, an advocate of animal rights, a promoter of sustainable development — and a self-proclaimed libertarian.... ‘Corporations are lifting billions of people out of poverty,’ he says. ‘Why are they so hated?’ Mackey's answer is that capitalism has a branding problem: its practitioners are experts at marketing everything except their own system.... Mackey....thinks that socially conscious companies like Whole Foods have flourished because their founders, employees and customers want a corporation to have grander goals than enriching shareholders....Before taking the company public, he told investors that he was going to devote 5 percent of the profits to philanthropy, so they can't complain now that he's robbing them....It's smart of Google's founders to try using capitalist tools to save the planet; the market's discipline should keep their philanthropy from backing too many lost causes.”

CONCLUSION

Imaginative CSR In the Developing World

Multinational firms can coordinate efforts to expose and oppose corruption. They can publicize research already being conducted by investment banks on which countries have leaders who are promoting growth, and which are not. We should calculate the costs in human suffering imposed by delays in implementing the true market economy, and identify individuals and groups facilitating and advocating the delay. For example, we could also make a list of the 10 worst CSR programs engaging in cosmetics not substance (e.g., Starbucks, Body Shop, etc.). There is a lot more to be done.

REFERENCES

- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (1990). *Dialectic of the Enlightenment*. J. Cumming (trans.). New York: Continuum.
- Bloom, A. (1987). *The Closing of the American Mind*. New York: Simon & Schuster.
- Brenkert, G. (2002). *Entrepreneurship, Ethics, and the Good Society* (Ruffin Series in Business Ethics. Society of Business Ethics).
- Buruma, I., & Margalit, A. (2005). *Occidentalism. The West in the Eyes of its Enemies*. London: Penguin.
- Capaldi, N. (1998). *The enlightenment project in the analytic conversation*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, *Philosophical Studies in Contemporary Culture*.
- Capaldi, N. (2004). The ethical foundations of free market societies. *The Journal of Private Enterprise*, XX(1), 30–54.
- Carl Becker, C. (1962). *The Heavenly City of the 18th-Century Philosophers*. New Haven: Yale University Press.
- Carnahan, S., & Greenwood, B. (2016). *Managers' Political Ideology and Gender Inequality within Organizations*. Social Science Research Network.
- Carroll, A. (2008). A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices. In A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D. Siegel (Eds.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press.
- Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J., & Siegel, D. (2008). *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press.
- De Jouvenel, B. (1974). *The Treatment of Capitalism by Continental Intellectuals*. In F. A. Hayek (Ed.), *Capitalism and the Historians*. Chicago: University of Chicago Press.
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, implications. *Academy of Management Review*, 20, 65–91.
- Epstein, E. M. (1999). The continuing quest for accountable, ethical, and humane corporate capitalism. *Business & Society*, 38, 253–267.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits (pp. 32–33). New York: *Times Magazine*.
- Hayek, F. (1945). The use of knowledge in society. *The American Economic Review*, 35(4), 519–530.
- Hollander, P. (2006). *Political Pilgrims: Western Intellectuals in Search of the Good Society*. New York: Transaction books.
- Jones, T. M. (1980). Corporate social responsibility revisited, redefined. *California Management Review*, 22(3), 59–67.
- Klein, P. (2006). *Why Economists Still Support Socialism*. Mises Daily Article.
- MacIntyre, A. (1981). *After Virtue*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- McCarthy, J. (Ed.). (1998). *Modern Enlightenment and the Rule of Reason*. Washington, D.C.: Catholic University of America Press.
- Mises, L. (1975). *The Anti-Capitalist Mentality*. Auburn: Mises Institute.
- Nozick, R. (1998). *Why Do Intellectuals Oppose Capitalism?* Washington, D.C.: Cato Policy Report.

- Ryan, L. V. (2006). Foundation and form of the field of business ethics. *Journal of Private Enterprise*, XXI(2), 34–49.
- Schumpeter, J. (1975). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. New York: Harper.
- Shaw, W. H. (1996). Business ethics today: A survey. *Journal of Business Ethics*, 15, 489–500.
- Solomon, D. (2006). Domestic disarray and imperial ambition: contemporary applied ethics and the prospects for global bioethics. In H. T. Engelhardt (Ed.), *Global Bioethics*. Salem: Ma. Scrivener.
- Tierney, J. (2006). *Capitalism with a Heart*. New York Times.
- Wood, J. A., Longenecker, J. G., McKinney, J. A., & Moore, C. W. (1998). Ethical attitudes of students and business professionals: A study of moral reasoning. *Journal of Business Ethics*, 7, 249–257.

TRANSLATED VERSION: SPANISH

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

VERSION TRADUCIDA: ESPAÑOL

A continuación se muestra una traducción aproximada de las ideas presentadas anteriormente. Esto se hizo para dar una comprensión general de las ideas presentadas en el documento. Por favor, disculpe cualquier error gramatical y no responsabilite a los autores originales de estos errores.

INTRODUCCIÓN

El propósito de este ensayo es desafiar a los académicos de la responsabilidad social corporativa y a los funcionarios de RSC de las corporaciones privadas a repensar su materia y su enfoque. Con el fin de plantear este desafío y provocar más discusiones, he decidido deliberadamente exagerar mi caso. Con esa advertencia en mente, empecemos.

La Fallación Administrativa

El problema fundamental que debe abordarse en la beca de RSE es si es descriptivo o normativo o algo más (Crane et al. 2008). Este es un problema arraigado tanto en la filosofía como en la historia de las ciencias sociales.

El gran éxito de la revolución científica en los siglos XVII y XVIII dio lugar a una nueva actitud intelectual: El Proyecto de la Ilustración (Adorno & Horkheimer 1990; Carl Becker 1962; Bloom 1987; Capaldi 1998; macintyre 1981; mccarthy 1998). El Proyecto de Ilustración afirma que puede haber una ciencia social comparable a la ciencia física, que las ciencias sociales pueden ayudarnos a explicar, predecir y controlar el mundo social. En resumen, existe la creencia de que eventualmente puede haber una tecnología social. El sueño de una utopía tecnológica social es la herencia común de liberales, socialistas y marxistas ((Carl Becker 1962), capítulo cuatro). Algunos de nosotros diríamos que esto es delirante y equivocado.

Es precisamente esta creencia en una tecnología social la que informa gran parte de las disciplinas de las ciencias sociales de los formados en las ciencias sociales y, en última instancia, muchos profesionales en el campo de la RSC. Hay académicos siempre dispuestos a interpretar el papel de los reyes y reinas filósofos. En su crítica a lo que él llama la sociedad emprendedora, George Brenkert (editor de larga duración de *Business Ethics Quarterly*) advierte que "en lugar, entonces, de una sociedad platónica, que miraba a sus reyes filósofos, nuestra sociedad emprendedora mirará a sus jefes emprendedores". ((Brenkert 2002) p. 17). Una gran parte de la hostilidad de muchos intelectuales hacia las sociedades comerciales modernas es que tales sociedades no son asociaciones empresariales que requieren un clerisy (De Jouvenel 1974; Klein 2006; Mises 1975; Nozick 1998; Schumpeter 1975).

"... Intelectuales también detestaron el americanismo por una razón más personal. Sabían que en una sociedad americanizada, dominada por la cultura comercial, el lugar de los filósofos y literatos era marginal en el mejor de los casos. Lejos de ser el dogma del campesino oprimido, el Occidentalismo refleja más a menudo los temores y prejuicios de los intelectuales urbanos, que se sienten desplazados en un mundo de comercio masivo" ((Buruma & Margalit 2005), p. 30).

Antes del período moderno (renacentista), los teóricos clásicos y medievales afirmaban la existencia de una teleología universal. Todo, incluido el mundo humano y social, estaba gobernado por un telos interno (objetivo). Desde esta perspectiva, describir y normativamente equivale a la misma cosa. Todo eso llegó a su fin cuando la física moderna (Descartes, Newton) negó la existencia de causas finales y por lo tanto negó la existencia de la teleología en el mundo físico. Si se supone que las ciencias sociales se modelan en la línea de la física moderna, entonces no puede apelar a normas internas objetivas o a telos.

Es la mentalidad del Proyecto de Ilustración la que ofusca la distinción entre describir y explicar las normas inherentes de la actividad comercial junto con una crítica interna de cuando no creamos esas normas en lugar de la RSE normativa que proscribire, presumiblemente, de una posición puramente externa lo que los participantes en el comercio deberían estar haciendo. ¿Dónde se originan estas normas externas? ¿Reflejan estas normas externas una agenda política privada o reflejan una estructura social más amplia? ¿Quién ha aprehendido correctamente esa estructura social más grande? ¿Esa estructura es defendible? ¿Cómo es eso?

No es mi propósito denigrar la defensa de ningún tipo o inhibir la reforma política, social y económica. Mi propósito es señalar que esto no es una beca. Uno puede usar la beca para apoyar la promoción, pero la promoción es más que una beca y, por sí misma, la beca no implica reformas o agendas específicas. Participar en la promoción bajo el pretexto de la beca es reflejar confusión intelectual o deshonestidad intelectual.

Existen numerosas historias de RSC (Carroll 2008). En relación con mi preocupación por la falacia administrativa, ofrezco otra historia tal como surgió en los Estados Unidos (Ryan 2006). El campo de la RSE era económica y políticamente liberal debido a sus orígenes en las escuelas de negocios y los departamentos de filosofía. Con respecto a las escuelas de negocios, se remonta a la Universidad de California-Berkeley en la década de 1960, donde muchos de los primeros líderes del naciente campo de negocios y sociedad trabajaron o fueron entrenados (Epstein 1999). La investigación se centró en las "responsabilidades sociales" de las corporaciones y buscó reformas económicas para aseguir las desigualdades percibidas como inherentes al capitalismo (Jones 1980).

Con respecto a la filosofía, las actitudes tradicionalmente "hostiles" de los filósofos hacia los negocios ((Shaw 1996): 490) se hicieron evidentes de inmediato. Utilizaron una agenda política específica para "entender, evaluar y tal vez modificar el contexto socioeconómico... Que enmarcan las decisiones morales que enfrentan los individuos", a menudo dando lugar a críticas desde una perspectiva marxista o de mercado inmoral ((Shaw 1996): 496). Otros centraron la atención de los estudiantes en las responsabilidades sociales de las corporaciones, cuestionando si las empresas deberían hacer "más" que maximizar los beneficios.

La filosofía tiene un papel específico compuesto por dos partes, pedagógica y cultural. El papel pedagógico nos hace conscientes de nosotros mismos, conscientes de nuestras presunciones básicas. Este es el análisis; se puede enseñar; y se puede practicar fuera de la disciplina, la profesión y la academia. El papel cultural es la confictanz de una narrativa que lleva las presunciones de toda una serie de prácticas culturales a una especie de síntesis coherente. Este es un papel que ha sido único en la filosofía o para aquellos que identificamos como grandes filósofos, a pesar de que muchos de ellos han jugado ese papel fuera de la academia.

Este segundo rol no es un rol autorizado. Un pensador individual puede elegir hacer ambas cosas. Sin embargo, la legitimidad de las políticas derivadas de la visión no se deriva en modo alguno del valor de la visión. Otros pueden, en retrospectiva, apreciar el valor, la importancia y la influencia de la visión sin respaldar las políticas derivadas. Valoramos el análisis de Aristóteles de la polis, pero la mayoría de nosotros elegiría no vivir en una. Participar en esta actividad es ofrecer una visión, no un argumento, aunque

la visión puede contener argumentos dentro de ella. Identificar las presunciones es diferente de la aplicación de esas presunciones o el desafío de algunas de esas presunciones a la luz de otras. Es un papel que reconoce la libertad de la imaginación, la autonomía de elección, y en el contexto contemporáneo la bondad o validez de una asociación civil. Es un papel que nunca puede desempeñar las élites autoexteñas y autoproclamadas que se esfuerzan por revelar a los demás sus respectivos roles y creencias y acciones dentro de una asociación empresarial, es decir, una asociación con un objetivo colectivo al que los objetivos individuales son subordinados. Muchos miembros prominentes de la profesión de filosofía son tan irrevligos hostiles a las sociedades comerciales modernas que se han incapacitado de proporcionar una visión: Rorty, MacIntyre, Blackburn, Derrida, Foucault, por nombrar sólo algunos. Una gran parte de la hostilidad de muchos intelectuales hacia las sociedades comerciales modernas es que tales sociedades no son asociaciones empresariales que requieren un Hollander (Hollander 2006). La filosofía, para muchos, es la articulación de una visión moral (una visión alternativa) para aquellos hostiles a las comunidades religiosas sustantivas.

Incluso la llamada investigación empírica fue contaminada por un sesgo. Un estudio afirmó que los estudiantes de negocios de pregrado eran abrumadoramente "egoístas utilitarios" (Wood et al. 1998), y otro que los estudiantes de MBA eran egoístas. La suposición en ambos estudios era que el "egoísmo" es de la variedad "subjetiva", haciendo hincapié en maximizar la visión subjetiva del propio bien a corto plazo e ignorando las consecuencias para los demás. Este estudio, por supuesto, ignora otras variantes del egoísmo filosófico. Estos estudios refuerzan la suposición de que los estudiantes de negocios, y en última instancia los empresarios, son moralmente queriendo.

El ataque más exitoso del campo al pensamiento de libre mercado es la "teoría de las partes interesadas", que afirma que el trabajo del ejecutivo corporativo es equilibrar las necesidades y deseos de todas las circunscripciones corporativas (Donaldson & Preston 1995). Esa posición se contrasta en la literatura con la "teoría de los accionistas", que generalmente sigue a Friedmans (Friedman 1970) posición de que los ejecutivos deben maximizar los beneficios "dentro de las reglas del juego". Ignoramos por el momento si este es un relato exacto de Friedman. Lo que hay que enfatizar es la reacción de la comunidad empresarial a la teoría de las partes interesadas inicialmente y más tarde cuando los empresarios intentaron aplicarla en la práctica. Según la Mesa Redonda de Negocios:

[1990] Las corporaciones están fletadas para servir tanto a sus accionistas como a la sociedad en su conjunto. Los intereses de los accionistas se miden principalmente en términos de rentabilidad económica a lo largo del tiempo. Los intereses de los demás en la sociedad (otras partes interesadas) se definen por su relación con la corporación....El impulso de la historia y el derecho apoya firmemente la visión más amplia de la responsabilidad de los directores de sopesar cuidadosamente los intereses de todas las partes interesadas como parte de su responsabilidad con la corporación o con los intereses a largo plazo de sus accionistas. ("Gobierno Corporativo y Competitividad Americana", marzo de 1990)

[1997] La debilidad del modelo de partes interesadas es la ausencia de una función objetiva general que especifique implícita o explícitamente las compensaciones de los gastos en varias partidas, incluidas las partes interesadas de cada una de las partes interesadas de la empresa. Esto a su vez implica que los altos directivos de tales organizaciones no pueden ser considerados responsables de sus decisiones porque sin una función objetiva general, no hay manera de medir y evaluar sus performance....it dejarían al consejo sin ningún criterio para resolver los conflictos entre los intereses de los accionistas y de otras partes interesadas o entre diferentes grupos de partes interesadas. ("Declaración sobre gobierno corporativo", septiembre de 1997, págs. 3 a 4).

Hay que enfatizar otras dos cosas, y ambas se refieren a cómo se supone que los ejecutivos deben equilibrar varias reclamaciones. En primer lugar, el concepto de "destrucción creativa" de Schumpeter no es sólo un concepto económico que llama la atención sobre cómo el emprendimiento en una economía dinámica cambia constantemente el panorama económico: lo que producimos y no producimos; cómo lo producimos; cómo organizamos la producción, distribución, comercialización, financiación, etc. También se aplica a los cambios en el mundo social que reflejan cambios en el mundo económico. Por ejemplo, piensen en cómo el crecimiento económico y la globalización llevaron a una mayor participación de las mujeres en la fuerza de trabajo. Piense de nuevo en cómo esa participación ha alterado radicalmente no sólo el lugar de trabajo, sino la relación entre hombres y mujeres, la vida familiar, etc. No sólo no hemos

alcanzado la digestión de estos cambios, sino que también tenemos que preguntarnos qué otros cambios se están percolando o se desarrollarán. Si es así, ¿cómo sabemos que estamos equilibrando las reivindicaciones ahora de una manera que evolucionará positivamente con respecto a la evolución futura? La respuesta es que no lo sabemos, no podemos saberlo, y ciertamente puede haber enfoques contradictorios.

En segundo lugar, tomando la pirámide de Archie Carroll como nuestro marco de referencia, podríamos querer, y ciertamente lo hago, desafiar la noción de que vivimos o hemos vivido o esperamos vivir en un mundo moralmente monístico. Permítanme sugerir que vivimos en un mundo moralmente pluralista (toda la historia pasada y los acontecimientos actuales son mi evidencia). Permítanme sugerir que esto a veces es algo bueno. Si todo lo anterior es cierto, entonces no hay una sola manera de equilibrar las reclamaciones, ningún algoritmo que podamos discernir o enseñar.

Una revisión académica seria de la literatura filosófica revelará que no hay consenso sobre la resolución de disputas éticas al más alto nivel (Solomon 2006). Para empezar, no sólo hay desacuerdos éticos significativos sobre cuestiones sustantivas. Muchas, si no la mayoría de estas controversias, no parecen resolverse a través de argumentos racionales sólidos. Una vez más, muchas de las controversias dependen de diferentes compromisos metafísicos fundamentales. En la mayoría de las controversias metafísicas, la resolución sólo es posible mediante la concesión de premisas iniciales y normas de pruebas particulares. Incluso cuando las cuestiones metafísicas fundamentales no parecen estar en juego, los debates giran en diferentes clasificaciones de lo bueno. La resolución no parece ser factible sin suplicar la pregunta, discutir en un círculo o participar en regresiones infinitas. No podemos apelar a las consecuencias sin saber clasificar el impacto de los diferentes enfoques con respecto a los diferentes intereses éticos (libertad, igualdad, prosperidad, seguridad, etc.). Tampoco podemos apelar a la satisfacción de las preferencias a menos que ya se conceda cómo se corregirán las preferencias y se compararán las preferencias racionales frente a las apasionadas, así como calcular la tasa de descuento para las preferencias a lo largo del tiempo. Cualquier apelación a observadores desinteresados, elegidos hipotéticos o contratistas hipotéticos tampoco servirá, porque si tales tomadores de decisiones son realmente desinteresados, no elegirán nada. Para elegir de una manera particular, uno ya debe estar equipado con un sentido moral particular o una teoría delgada del bien. Las intuiciones pueden ser recibidas con intuiciones contrarias. Cualquier equilibrio particular de reclamaciones se puede contrarrestar con una forma diferente de lograr un equilibrio. Para apelar a la orientación a cualquier relato de racionalidad moral, uno ya debe haber asegurado el contenido de esa racionalidad moral.

Gestión, Marketing, Ciencias Sociales and Normas

Hay una tendencia equivocada particular en la investigación en ciencias sociales en general y en la investigación de RSC en particular a la que deseo llamar la atención. Una vez más, se refiere a la aparente incapacidad de algunos investigadores para tratar las normas en lugar de los hechos. Llamo la atención sobre el siguiente resumen:

Aunque la investigación previa proporciona evidencia significativa de que la ideología política (es decir, liberal o conservadora) puede influir en las opiniones de un individuo sobre los roles de género en la vida económica, poco se sabe acerca de si estos puntos de vista influyen en las organizaciones. En este trabajo, teorizamos por qué los gerentes conservadores (liberales) pueden tener tasas más altas (más bajas) de desigualdad de género en la formación, promoción y rotación de sus subordinados, en relación con los gerentes moderados. Teorizamos además que los gerentes conservadores (liberales) tendrán menos (más) probabilidades de liderar las iniciativas de diversidad de su empresa, en relación con los gerentes moderados. Utilizando nuevos microdatos de la industria de servicios legales, encontramos apoyo para la mayoría de nuestros argumentos (Carnahan & Greenwood 2016).

Aparte de algunas definiciones difusas de lo que significa ser "conservador" o "liberal", el artículo nos dice que los gerentes "liberales" tienden a ser más complacientes con los programas de diversidad, y es lo contrario para los "conservadores". ¿Necesitamos investigación empírica para decirnos esto? ¿No es esta parte de lo que significa en ciertos contextos ser "liberal" o "conservador"? No se trata de un hallazgo empírico, sino de una cuestión de definición. Esto es como realizar una encuesta para determinar si todos los solteros son hombres solteros! ¿Esta investigación nos muestra que los programas de diversidad son buenos o malos y, si es así, relativos a qué criterios? ¿Esta supuesta investigación tiene por objeto conducir

a la recomendación de la política de RSC de que se despida a los gerentes "conservadores"? ¿Substituido? ¿Enviado a sesiones de sensibilidad?

Orden espontáneo

Aunque no puedo profundizar en ello aquí, quiero sugerir que el mundo social tiene que entenderse en términos hayekianos. El mundo social no es ni un mecanismo ni orgánico. Es histórico y en evolución. Dentro de él, se pueden discernir dos tipos de "orden": orden y orden espontáneo. Las organizaciones de "pedidos hechos" presentan orden exógeno. Esto significa que una fuerza externa impone orden a una organización. Dicha orden puede referirse al propósito o telos que define el pedido realizado. Se trata de un orden exógeno porque el propósito implicado es independiente de la orden, en lugar de ser interno o inmanente dentro de la orden. Los "órdenes espontáneos" por el contrario exhiben orden endógeno; no tienen un propósito externo. Tampoco tienen un telos incorporado.

Ejemplos de orden espontáneo incluyen – la economía o el orden de mercado, que Hayek describe como un procedimiento de descubrimiento; el sistema jurídico de derecho común, que conduce al descubrimiento de normas inmanentes dentro de la práctica social; todo el orden social o extendido, que en la moda Wittgensteinian permite a los estudiantes iniciados convertirse en maestros practicantes de la lengua iniciándolos en nuestra forma compartida de vida.

Ninguna cantidad de investigación nos permitirá anticipar, conciliar conflictos dentro o planificar la construcción de "un orden económico racional" (Hayek 1945). Para ello, necesitaríamos (1) un conocimiento perfecto por parte de los planificadores económicos, (2) la capacidad de definir, sin referencia a los entendimientos de los actores económicos individuales y sus contextos, una jerarquía objetiva de preferencias y (3) la capacidad de determinar los valores relativos de todos los medios y fines disponibles para los planificadores. La compleja reivindicación del conocimiento perfecto incluye en su interior la pretensión de conocer tanto la disposición apropiada de todos esos conocimientos, como la relación entre dos piezas de conocimiento cualquiera, de modo que es posible derivar, sobre la base de este conocimiento, todos los posibles resultados de equilibrio para cualquier conjunto de entradas y posibles salidas. La cuestión de la relevancia está ligada a la metafísica. Sólo si la estructura del mundo se refleja con precisión en las reglas de la deducción lógica es concebible que cualquier mente única o grupo de mentes pueda saber qué conocimiento es y no es relevante para un plan dado. Además, la totalidad de los posibles resultados de los diferentes usos que podríamos hacer de estos insumos tendría que ser deducible a partir de la naturaleza de los propios insumos. Una vez que conocemos las propiedades de las entradas individuales, las propiedades de todas las combinaciones posibles de entradas son deducibles también, al menos en principio. El segundo requisito de construir un orden económico racional es la capacidad de definir, sin referencia a la comprensión de los actores económicos individuales y sus contextos, una jerarquía objetiva de preferencias. Esto requiere un cálculo basado no sólo en un sistema determinado de preferencias, sino también en la posibilidad de deducir racionalmente el curso de acción correcto de las condiciones en las que debe llevarse a cabo la planificación. La primera dimensión de este requisito equivale a la asunción de preferencias estables y transitivas, que son articulables en su totalidad y antes de la elección y la acción y que no se ven afectadas por las circunstancias particulares de los agentes individuales. Por último, necesitaríamos la capacidad de determinar los valores relativos de todos los medios y fines disponibles para el planificador en ausencia de instituciones y procesos de mercado. Como debe ser obvio, esto también requiere que el orden en cuestión se entienda como un orden teleocrático, dentro del cual existe un acuerdo sobre quién tiene autoridad para decidir en casos individuales qué curso de acción llevarán a cabo los miembros. Dada esta información, en principio es posible saber cuáles son los fines más valiosos y decidir qué medios utilizar en la búsqueda de esos fines. Por supuesto, nada de esto es posible.

Responsabilidad del Consumidor

La propia semántica de la expresión RSC conlleva la presunción de que las corporaciones tienen responsabilidades, especialmente para los consumidores, pero también para los demás. ¿Qué pasa con las responsabilidades de los consumidores? Una búsqueda rápida de la responsabilidad del consumidor de la categoría trae consigo toda una serie de artículos sobre, usted lo adivinó, lo que las corporaciones deben a los consumidores o cómo los consumidores ven la RSE. Es casi imposible encontrar mucha literatura de lo que debemos esperar de los propios consumidores. La única excepción parece ser unos pocos artículos

sobre cómo los consumidores pueden contribuir a las políticas sociales de lucha contra la contaminación o la inversión privada. Esto plantea dos preguntas: En primer lugar, ¿es necesario la categoría de responsabilidad del consumidor? En segundo lugar, si la respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, ¿por qué hay tan poco trabajo en esta cuestión?

Sugiero que la necesidad de la categoría de responsabilidad del consumidor es importante. Para entender esto, veamos el concepto del Proyecto Tecnológico (Capaldi 2004), la transición filosófica desde la opinión de que la humanidad debe ajustarse al orden natural a la visión de que la humanidad transforma la naturaleza para adaptarse a la conveniencia humana, o en las palabras de Descartes que estamos aquí para hacernos los maestros y poseedores de la naturaleza. Es el Proyecto Tecnológico en conjunto con la economía de mercado lo que ha llevado a la creación de productos y servicios (la destrucción creativa de Schumpeter) que han transformado tanto el mundo físico como el social hasta tal punto que en una era de globalización ahora dividimos el mundo en economías desarrolladas y en desarrollo. A esto hay que añadir el humor asociado con historias sobre personas mayores que no saben cómo utilizar la última tecnología. En resumen, tenemos un enorme problema de consumidores que se enfrentan a productos, servicios y opciones para los que parecen estar mal equipados. ¿Hay consumidores que no saben cómo utilizar los productos de forma responsable? Si es así, ¿de quién es la responsabilidad de abordar este problema?

Hay varias respuestas inmediatas diseñadas para desactivar esta categoría. En primer lugar, se argumentará que el Proyecto Tecnológico tiene la culpa y que la humanidad debe adoptar la visión del mundo GAIA y cesar y desistir inmediatamente de utilizar los productos y servicios del Proyecto Tecnológico. No creo que esto vaya a suceder porque a) hay serios problemas intelectuales con la hipótesis GAIA, (b) necesitamos el Proyecto Tecnológico para promover la conciencia de los problemas ambientales, y (c) sobre todo es demasiado tarde para rechazar el Proyecto Tecnológico porque la modernidad está comprometida con la fe en la tecnología, es decir, asumimos y actuamos asumiendo que la tecnología futura resolverá los problemas creados por la tecnología más antigua. Así, por ejemplo, la creación de coches sin conductor nos permitirá superar los hábitos de conducción irresponsables de algunos conductores. Esto, a su vez, creará un nuevo conjunto de problemas, por ejemplo, el mal funcionamiento de los ordenadores que dirigen dichos coches. Una mirada profunda al mundo moderno revelará que es demasiado tarde para volver. Existe una diferencia significativa entre el compromiso responsable con el medio ambiente y el rechazo al por mayor del Proyecto Tecnológico.

Una segunda respuesta inmediata es, como de costumbre, a (a) ver a los consumidores como productos pasivos de su entorno y (b) trasladar la responsabilidad a las corporaciones, es decir, más RSC. Se debe exigir a las empresas que proporcionen más información sobre los productos o impriman cada vez más etiquetas de advertencia o que patrocinen advertencias comerciales sobre el uso indebido de los productos. La dificultad clara con esta solución, aparte del hecho de que no ha parecido ser eficaz, es que todos estamos en la sobrecarga de información de tal manera que se produce más información conduce a una menor información que se digiere. Podemos añadir a esto que muchos consumidores son plenamente conscientes de los peligros de mal uso de un producto, pero lo hacen de todos modos. Siempre existe la versión americana de la RSE de permitir que las víctimas e incluso los autores del mal uso deliberado de los productos demande a la empresa que produce el producto. Por ejemplo, hay numerosos ejemplos de jurados estadounidenses que imponen daños a las empresas, incluso cuando esas empresas colocan etiquetas de advertencia en los productos y van tan lejos como para inhibir mecánicamente el mal uso (y el usuario inhabilita el dispositivo de seguridad)! Esto no sólo conduce a mayores costos de seguro y, por lo tanto, a la imposición de costos adicionales a otros consumidores, sino a la eliminación de productos valiosos del mercado.

La objeción más grave a estos remedios propuestos es que crean un peligro moral. El Proyecto Tecnológico ha hecho que el mundo sea mejor pero más complicado. ¿Podemos o debemos esperar que el gobierno y las organizaciones comerciales o las empresas privadas nos salven de nosotros mismos? ¿No es hora de centrarse tanto en educar a los consumidores como en exigir más de ellos a cambio? ¿Hay casos en los que es de vital importancia para poner la carga sobre el consumidor?

Consumidores unanov última tecnología médica: Un caso in punto

Hay muchos productos y tecnologías farmacéuticas experimentales que podrían salvar o mejorar vidas. Estos productos no ayudan en la actualidad a todos y en algunos casos plantean un riesgo considerable. Es por eso que estas tecnologías médicas todavía están en varias etapas de desarrollo y pruebas.

¿Quién debe decidir si emplea o no estos productos experimentales? ¿Médicos? ¿El gobierno? ¿Personal de RSC farmacéutico? ¿No tendría más sentido que los pacientes aceptara la responsabilidad final de decidir sobre el uso de estos productos? ¿No sería esto también un beneficio voluntario para los experimentadores?

Los costos de las transacciones sociales de la RSE

Cada empresa se ocupa de los costos de transacción política y social. Los costos de las transacciones políticas son una de las razones por las que las empresas, e incluso industrias enteras, emplean a grupos de presión. La RSE es un ejemplo de un costo de transacción social. La RSE en este contexto significa servir a los intereses sociales sin remuneración directa, pero que es coherente e indirectamente sirve al valor de los inversores a largo plazo. Hay otra razón para tomar esto en serio, a saber, a menudo ofusca el papel de la gestión, que es mirar un macro contexto que incluya más que mercados. La mayor parte de la literatura de RSE no aborda la cuestión económica de cómo medimos el valor de la RSE en comparación con la pérdida de recursos que podrían haberse utilizado para otros fines, incluidas las contribuciones caritativas de los accionistas. Si es necesario un estudio empírico, debe ser determinar de alguna manera si abordar los problemas sociales es mejor hecho directamente por las empresas o por filantropía privada. Esta es una cuestión que contrasta los enfoques de los Estados Unidos de los enfoques de la UE. También debemos mencionar que en los Estados Unidos tenemos a los funcionarios corporativos de RSC centrados en la elaboración de procedimientos para proteger a todos, pero especialmente a la empresa de acciones legales, ya sea por parte del gobierno o de demandas frívolas.

Girando lastablas

La RSE como se entiende tradicionalmente opera en dos áreas: 1) reformar el lugar de trabajo y (2) ayudar a abordar cuestiones sociales más grandes que no se limitan al entorno económico y laboral más amplio.

Abordemos primero la segunda área. La mayoría de nosotros suponemos que la RSE va en una sola dirección, a saber, lo que las empresas pueden hacer por las personas sin fines de lucro según lo definido por la industria sin fines de lucro (los estudiosos de la RSC y otros). Por el contrario, ¿debemos considerar en qué medida los líderes empresariales pueden, pueden y deben tener un papel vital en la formulación de políticas públicas o en la reforma de organizaciones sin fines de lucro como las universidades? Se pide que contribuya a la resolución de cuestiones sociales más grandes implica participar en el debate sobre cuáles son exactamente esas cuestiones, cómo deben diagnosticarse las cuestiones y cómo prescribirlas. ¿Podrían los líderes empresariales a veces estar en una mejor posición para contribuir a esa discusión que los académicos?

Los predisuestos a ser hostiles a los mercados ven la RSE como una forma de trasladar los costos de la política social al sector privado frente a la rebelión de los contribuyentes. A menudo, asumen que ellos determinarán personalmente las políticas de RSC y que las empresas comerciales entonces pagarán la factura. Podríamos argumentar que lo que realmente necesitamos es que la comunidad empresarial participe más activamente en la definición de problemas sociales y en la ayuda a formular e implementar remedios. ¿Podría la comunidad empresarial como una forma de RSC abogar por la desfinanciación de universidades que promueven la ignorancia y la hostilidad hacia los mercados? ¿Podría buscar (como aparentemente es el caso ahora) revisar las universidades y otras instituciones educativas y de investigación desde el punto de vista de una empresa? Específicamente, ¿cuáles son los objetivos, cómo se persiguen, cuáles son los costos y beneficios, calificación de maestros y académicos en su productividad? En resumen, ¿por qué asumir que los académicos son el mejor juez del mundo académico? Después de todo, los académicos asumen que son el mejor juez del mundo comercial, así como todo lo demás. Aparte de la apelación al Proyecto de Ilustración y la experiencia en tecnología social, no veo cómo los académicos pueden responder a esta pregunta afirmativamente.

Con respecto a la primera área, la RSC en el funcionamiento interno de la empresa, ¿deben las empresas educar a los empleados y sus familias en qué los negocios operan de la manera en que lo hace en una

economía de mercado? ¿Deberían insistir en contratar MBA sólo si han completado un programa que está a favor del mercado y pro-crecimiento? ¿Deberían educarlos (y dar dinero a las escuelas de negocios) para explicar los males de la corrupción y del capitalismo/socialismo de amiguismo?

Otra sugerencia es alentar a las empresas a alentar a los directores, empleados y accionistas a contribuir a las filantropías o sin fines de lucro que se centran exclusivamente en abordar los problemas sociales. En lugar del dinero y el capital humano de la empresa, que podrían centrarse en la producción de productos y servicios rentables, fomentamos el desarrollo del capital espiritual por parte de los individuos para aportar su propio dinero personal, tiempo libre voluntario y experiencia personal para abordar los problemas sociales y ampliar la productividad de la economía de mercado. No tenemos que compartir la misma ideología para contribuir a esto. No necesitamos restar importancia a la posición competitiva de una empresa para hacerlo.

Tierney (Tierney 2006) ha identificado algo parecido a lo que tengo en mente.

"... A una nueva generación de emprendedores, no hay conflicto entre el capitalismo y la compasión... El filósofo del movimiento es John Mackey, el cofundador de Whole Foods. Mackey es un apasionado ecologista, un defensor de los derechos de los animales, un promotor del desarrollo sostenible y un autoproclamado libertario... "Las corporaciones están sacando a miles de millones de personas de la pobreza", dice. "¿Por qué son tan odiados?" La respuesta de Mackey es que el capitalismo tiene un problema de marca: sus practicantes son expertos en comercializar todo excepto su propio sistema..... Mackey....piensa que empresas socialmente conscientes como Whole Foods han florecido porque sus fundadores, empleados y clientes quieren que una corporación tenga mayores objetivos que enriquecer a los accionistas... Antes de tomar la empresa pública, dijo a los inversores que iba a dedicar el 5 por ciento de las ganancias a la filantropía, por lo que no pueden quejarse ahora que los está robando. ... Es inteligente de los fundadores de Google para tratar de usar herramientas capitalistas para salvar el planeta; la disciplina del mercado debe evitar que su filantropía respalde demasiadas causas perdidas".

CONCLUSIÓN

RSE imaginativa En el mundo en desarrollo

Las empresas multinacionales pueden coordinar los esfuerzos para exponer y oponerse a la corrupción. Pueden dar a conocer la investigación que ya están llevando a cabo los bancos de inversión sobre qué países tienen líderes que están promoviendo el crecimiento y cuáles no. Debemos calcular los costes de sufrimiento humano impuestos por los retrasos en la aplicación de la verdadera economía de mercado, e identificar a individuos y grupos que faciliten y abofeteen el retraso. Por ejemplo, también podríamos hacer una lista de los 10 peores programas de RSC que participan en cosméticos no sustancias (por ejemplo, Starbucks, Body Shop, etc.). Hay mucho más por hacer.

TRANSLATED VERSION: FRENCH

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

VERSION TRADUITE: FRANÇAIS

Voici une traduction approximative des idées présentées ci-dessus. Cela a été fait pour donner une compréhension générale des idées présentées dans le document. Veuillez excuser toutes les erreurs grammaticales et ne pas tenir les auteurs originaux responsables de ces erreurs.

INTRODUCTION

Le but de cet essai est de mettre au défi les spécialistes de la responsabilité sociale des entreprises et les dirigeants de RSE des sociétés privées de repenser leur sujet et leur approche. Afin de soulever ce défi et de susciter d'autres discussions, j'ai délibérément choisi d'exagérer mon cas. Avec cette mise en garde à l'esprit, commençons.

L'erreur administrative

Le problème fondamental qui doit être abordé dans la bourse d'études en RSE est de savoir s'il est descriptif ou normatif ou autre chose (Crane et al., 2008). C'est un problème enraciné à la fois dans la philosophie et dans l'histoire des sciences sociales.

Le grand succès de la révolution scientifique aux xvii^e et xviii^e siècles a donné naissance à une nouvelle attitude intellectuelle : Le Projet des Lumières (Adorno et Horkheimer, 1990; Carl Becker en 1962; Bloom en 1987 ; Capaldi, 1998; macintyre, 1981; mccarthy, 1998). Le Projet des Lumières affirme qu'il peut y avoir une science sociale comparable aux sciences physiques, que les sciences sociales peuvent nous aider à expliquer, prévoir et contrôler le monde social. Bref, on croit qu'il peut éventuellement y avoir une technologie sociale. Le rêve d'une utopie technologique sociale est l'héritage commun des libéraux, des socialistes et des marxistes (Carl Becker, 1962), chapitre quatre). Certains d'entre nous diraient que c'est délirant et mal avisé.

C'est précisément cette croyance en une technologie sociale qui informe une grande partie des disciplines des sciences sociales formées aux sciences sociales et, en fin de compte, à de nombreux praticiens dans le domaine de la RSE. Il y a des académiciens toujours prêts à jouer le rôle de Rois philosophes et reines. Dans sa critique de ce qu'il appelle la société entrepreneuriale, George Brenkert (rédacteur de longue durée de *Business Ethics Quarterly*) prévient qu'« au lieu, alors, d'une société platonicienne, qui se tournerait vers ses rois philosophes, notre société entrepreneuriale se tournera vers ses patrons entrepreneurs ». ((Brenkert 2002) p. 17). Une grande partie de l'hostilité de nombreux intellectuels aux sociétés commerciales modernes est que ces sociétés ne sont pas des associations d'entreprises nécessitant une cléricature (De Jouvenel, 1974; Klein, 2006; Mises, 1975; Nozick, 1998; Schumpeter, 1975).

"... Intellectuels ont également détesté l'américanisme pour une raison plus personnelle. Ils savaient que dans une société américanisée, dominée par la culture commerciale, la place des philosophes et des lettrés était au mieux marginale. Loin d'être le dogme du paysan opprimé, l'occidentalisme reflète plus souvent les peurs et les préjugés des intellectuels urbains, qui se sentent déplacés dans un monde de commerce de masse » (Buruma et Margalit, 2005), p. 30).

Avant la période moderne (Renaissance), les théoriciens classiques et médiévaux affirmaient l'existence d'une téléologie universelle. Tout, y compris le monde humain et social, était régi par un telos interne (objectif). De ce point de vue, décrire et normatiser équivaut à la même chose. Tout cela a pris fin lorsque la physique moderne (Descartes, Newton) a nié l'existence de causes finales et a donc nié l'existence de la téléologie dans le monde physique. Si les sciences sociales sont censées être modélisées selon les lignes de la physique moderne, alors elles ne peuvent pas faire appel à des normes internes objectives ou à un telos.

C'est la mentalité du projet des Lumières qui obscurcit la distinction entre décrire et expliquer les normes inhérentes de l'activité commerciale ainsi qu'une critique interne du moment où nous ne parvenons pas à instantier ces normes par opposition à la RSE normative qui proscriit, vraisemblablement, à partir d'une position purement externe ce que les participants au commerce devraient faire. D'où viennent ces normes externes? Ces normes externes reflètent-elles un programme politique privé ou reflètent-elles une structure sociale plus large? Qui a correctement appréhendé cette structure sociale plus vaste? Cette structure est-elle défendable? Comment ça?

Je n'ai pas pour but de dénigrer le plaidoyer de quelque nature que ce soit ou d'entraver les réformes politiques, sociales et économiques. Mon but est de souligner qu'il ne s'agit pas d'une bourse d'études. On

peut utiliser les bourses d'études pour soutenir la défense des droits, mais le plaidoyer est plus que l'érudition, et, en soi, la bourse n'implique pas de réformes ou de programmes spécifiques. S'engager dans la défense des intérêts sous le couvert de l'érudition, c'est refléter soit la confusion intellectuelle, soit la malhonnêteté intellectuelle.

Il existe de nombreuses histoires de RSE (Carroll, 2008). Par rapport à ce qui m'inquiète de l'erreur administrative, j'offre une autre histoire comme celle qui a émergé aux États-Unis (Ryan, 2006). Le domaine de la RSE était économiquement et politiquement libéral en raison de ses origines dans les écoles de commerce et les départements de philosophie. En ce qui concerne les écoles de commerce, elle remonte à l'Université de Californie-Berkeley dans les années 1960, où bon nombre des premiers dirigeants du domaine naissant des affaires et de la société travaillaient ou étaient formés (Epstein, 1999). La recherche s'est concentrée sur les « responsabilités sociales » des entreprises et a cherché des réformes économiques pour apaiser les inégalités perçues comme inhérentes au capitalisme (Jones, 1980).

En ce qui concerne la philosophie, les attitudes traditionnellement « hostiles » des philosophes à l'égard des affaires (Shaw, 1996) sont devenues immédiatement évidentes. Ils ont utilisé un programme politique spécifique pour « comprendre, évaluer et peut-être modifier le contexte socioéconomique... Qui encadrent les choix moraux auxquels sont confrontés les individus », ce qui conduit souvent à des critiques du point de vue marxiste ou immoral du marché (Shaw, 1996) : 496). D'autres ont attiré l'attention des étudiants sur les responsabilités sociales des entreprises, se demandant si les entreprises devraient faire « plus » que maximiser leurs profits.

La philosophie a un rôle spécifique composé de deux parties, pédagogique et culturelle. Le rôle pédagogique est de nous rendre conscients de nous-mêmes, conscients de nos présupposés de base. Il s'agit d'une analyse; il peut être enseigné; et il peut être pratiqué en dehors de la discipline, de la profession et de l'académie. Le rôle culturel est la façon d'un récit qui apporte les présupposés de toute une série de pratiques culturelles dans une sorte de synthèse cohérente. C'est un rôle qui a été propre à la philosophie ou à ceux que nous identifions comme de grands philosophes, même si beaucoup d'entre eux ont joué ce rôle en dehors de l'académie.

Ce deuxième rôle n'est pas un rôle faisant autorité. Un penseur individuel peut choisir de faire les deux. Toutefois, la légitimité des politiques dérivées de la vision ne découle en rien de la valeur de la vision. D'autres peuvent, rétrospectivement, apprécier la valeur, l'importance et l'influence de la vision sans en tenir compte des politiques dérivées. Nous apprécions l'analyse d'Aristote de la polis, mais la plupart d'entre nous choisiraient de ne pas vivre dans un seul. S'engager dans cette activité, c'est offrir une vision, pas un argument, bien que la vision puisse contenir des arguments en son sein. L'identification des présupposés est différente de l'application de ces présupposés ou du défi de certaines de ces présupposés à la lumière d'autres. C'est un rôle qui reconnaît la liberté de l'imagination, l'autonomie de choix et, dans le contexte contemporain, la bonté ou la validité d'une association civile. C'est un rôle qui ne peut jamais être joué par des élites auto-aliénées et autoproclamées qui s'efforcent de révéler aux autres leurs rôles, croyances et actions respectifs au sein d'une association d'entreprise, c'est-à-dire une association avec un objectif collectif auquel les objectifs individuels sont subordonnés. De nombreux membres éminents de la profession de philosophie sont si hostiles aux sociétés commerciales modernes qu'ils se sont incapables de fournir une vision : Rorty, MacIntyre, Blackburn, Derrida, Foucault, pour n'en nommer que quelques-uns. Une grande partie de l'hostilité de nombreux intellectuels aux sociétés commerciales modernes est que ces sociétés ne sont pas des associations d'entreprises nécessitant un Hollander clérisy (Hollander 2006). La philosophie, pour beaucoup, est l'articulation d'une vision morale (une vision alternative) pour les hostiles aux communautés religieuses de fond.

Même la recherche dite empirique a été entachée par un biais. Une étude affirmait que les étudiants en commerce de premier cycle étaient majoritairement des « égoïstes utilitaires » (Wood et coll., 1998), et une autre que les étudiants au MBA étaient égoïstes. L'hypothèse dans les deux études était que « l'égoïsme » est de la variété « subjective », en mettant l'accent sur la maximisation de sa vision subjective de son propre bien à court terme et en ignorant les conséquences pour les autres. Cette étude, bien sûr, ignore d'autres variantes de l'égoïsme philosophique. Ces études renforcent l'hypothèse selon laquelle les étudiants en commerce, et en fin de compte les hommes d'affaires, sont moralement désireux.

L'attaque la plus réussie du domaine contre la pensée sur le marché libre est la « théorie des parties prenantes », qui prétend que le travail du dirigeant d'entreprise est d'équilibrer les besoins et les désirs de tous les groupes d'entreprises (Donaldson et Preston, 1995). Cette position est contrastée dans la littérature avec la « théorie des actionnaires », qui suit généralement la position de Friedmans (Friedman, 1970) selon laquelle les cadres supérieurs devraient maximiser les profits « dans les règles du jeu ». Nous ignorons pour le moment s'il s'agit d'un compte rendu exact de Friedman. Ce qu'il faut souligner, c'est la réaction du milieu des affaires à la théorie des intervenants au début et plus tard lorsque des gens d'affaires ont tenté de l'appliquer dans la pratique. Selon la Table ronde des entreprises :

[1990] Les sociétés sont agréées pour servir à la fois leurs actionnaires et la société dans son ensemble. Les intérêts des actionnaires sont principalement mesurés en termes de rendement économique au fil du temps. Les intérêts des autres acteurs de la société (autres parties prenantes) sont définis par leur relation avec la société... L'orientation de l'histoire et du droit appuie fortement l'idée plus large de la responsabilité des administrateurs de peser soigneusement les intérêts de toutes les parties prenantes dans le cadre de leur responsabilité envers la société ou envers les intérêts à long terme de ses actionnaires. (« Corporate Governance and American Competitiveness », mars 1990)

[1997] La faiblesse du modèle des parties prenantes est l'absence d'une fonction objective globale qui précise implicitement ou explicitement les compromis des dépenses sur divers postes, y compris chacun des intervenants de l'entreprise. Cela implique à son tour que les cadres supérieurs de ces organisations ne peuvent être tenus responsables de leurs décisions parce que sans une fonction objective globale, il n'y a aucun moyen de mesurer et d'évaluer leurs performances...it ne laisserait au conseil d'administration aucun critère pour résoudre les conflits entre les intérêts des actionnaires et d'autres parties prenantes ou entre différents groupes d'intervenants. (« Déclaration sur la gouvernance d'entreprise », septembre 1997, p. 3-4).

Deux autres choses doivent être soulignées, et les deux concernent la façon dont les cadres supérieurs sont censés équilibrer diverses revendications. Premièrement, le concept de « destruction créatrice » de Schumpeter n'est pas seulement un concept économique qui attire l'attention sur la façon dont l'esprit d'entreprise dans une économie dynamique change constamment le paysage économique : ce que nous produisons et ne produisons pas; comment nous le produisons; comment nous organisons la production, la distribution, le marketing, le financement, etc. Elle s'applique également aux changements dans le monde social qui reflètent les changements dans le monde économique. Par exemple, pensez à la façon dont la croissance économique et la mondialisation ont mené à une plus grande participation des femmes sur le marché du travail. Pensez à nouveau à la façon dont cette participation a radicalement modifié non seulement le lieu de travail, mais aussi la relation entre les hommes et les femmes, la vie familiale, etc. Non seulement nous n'avons pas pris le temps de digérer ces changements, mais nous devons aussi nous demander quels autres changements sont en train de percoler ou développeront. Dans l'oui, comment savons-nous que nous équilibrons les revendications maintenant d'une manière qui évoluera positivement en ce qui concerne les développements futurs? La réponse est que nous ne savons pas, nous ne pouvons pas savoir, et il peut certainement y avoir des approches contradictoires.

Deuxièmement, en prenant la pyramide d'Archie Carroll comme notre cadre de référence, nous pourrions vouloir, et je le fais certainement, remettre en question l'idée que nous vivons ou avons jamais vécu ou que nous nous attendons à vivre dans un monde moralement moniste. Permettez-moi de suggérer que nous vivons dans un monde moralement pluraliste (toute l'histoire passée et l'actualité sont mon témoignage). Permettez-moi de suggérer que c'est parfois une bonne chose. Si tout ce qui précède est vrai, alors il n'y a pas de moyen unique d'équilibrer les revendications, pas d'algorithme que nous pouvons discerner ou enseigner.

Un examen savant sérieux de la littérature philosophique révélera qu'il n'y a aucun consensus sur le règlement des différends éthiques au plus haut niveau (Salomon 2006). Tout d'un côté, il n'y a pas que des désaccords éthiques importants sur des questions de fond. Bon nombre, sinon la plupart de ces controverses, ne semblent pas être résolubles au moyen d'arguments rationnels solides. Encore une fois, bon nombre des controverses dépendent de différents engagements métaphysiques de base. Dans la plupart des controverses métaphysiques, la résolution n'est possible que par l'octroi de prémisses initiales et de règles

de preuve particulières. Même lorsque les questions métaphysiques fondamentales ne semblent pas être en jeu, les débats tournent autour de différents classements du bien. La résolution ne semble pas réalisable sans mendier la question, argumenter en cercle ou s'engager dans une régression infinie. Nous ne pouvons pas faire appel aux conséquences sans savoir classer l'impact des différentes approches en ce qui concerne les différents intérêts éthiques (liberté, égalité, prospérité, sécurité, etc.). Nous ne pouvons pas non plus faire appel à la satisfaction des préférences à moins d'accorder déjà comment on corrigera les préférences et comparera les préférences rationnelles par rapport aux préférences passionnées, et on calculera le taux d'actualisation des préférences au fil du temps. Tout appel aux observateurs désintéressés, aux choix hypothétiques ou aux entrepreneurs hypothétiques ne sera pas utilisé non plus, car si ces décideurs sont vraiment désintéressés, ils ne choisiront rien. Pour choisir d'une manière particulière, il faut déjà être équipé d'un sens moral particulier ou d'une théorie mince du bien. Les intuitions peuvent être accueillies avec des intuitions contraires. Tout équilibre particulier entre les revendications peut être contrecarré par une façon différente d'atteindre un équilibre. Pour faire appel à toute justification morale, il faut déjà avoir obtenu le contenu de cette rationalité morale.

Gestion, Marketing, Sciences sociales and Norms

Il y a une tendance particulièrement erronée dans la recherche en sciences sociales en général et la recherche en RSE en particulier à laquelle je voudrais attirer l'attention. Encore une fois, il s'agit de l'incapacité de certains chercheurs à traiter des normes plutôt que des faits. J'attire l'attention sur l'abstrait suivant :

Bien que des recherches antérieures fournissent des preuves significatives que l'idéologie politique (c.-à-d. Libérale ou conservatrice) peut influencer le point de vue d'une personne sur les rôles de genre dans la vie économique, on sait peu de choses sur la question de savoir si ces points de vue influencent les organisations. Dans ce travail, nous théorisons pourquoi les gestionnaires conservateurs (libéraux) peuvent avoir des taux (inférieurs) plus élevés d'inégalité entre les sexes dans la formation, la promotion et le roulement de leurs subordonnés, par rapport aux gestionnaires modérés. Nous théorisons en outre que les gestionnaires conservateurs (libéraux) seront moins (plus) susceptibles de diriger les initiatives de diversité de leur entreprise, par rapport aux gestionnaires modérés. En utilisant de nouvelles microdonnées de l'industrie des services juridiques, nous trouvons un soutien pour la majorité de nos arguments (Carnahan et Greenwood 2016).

Mis à part quelques définitions floues de ce que signifie être « conservateur » ou « libéral », l'article nous dit que les gestionnaires « libéraux » ont tendance à être plus accommodants aux programmes de diversité, et c'est le contraire pour les « conservateurs ». Avons-nous besoin de recherches empiriques pour nous le dire? N'est-ce pas une partie de ce que cela signifie dans certains contextes d'être « libéral » ou « conservateur »? Il ne s'agit pas d'une constatation empirique, mais d'une question de définition. C'est comme mener un sondage pour déterminer si tous les célibataires sont des hommes célibataires! Cette recherche nous montre-t-elle que les programmes de diversité sont bons ou mauvais et, dans l'état le cas, par rapport aux critères? Cette soi-disant recherche vise-t-elle à donner lieu à la recommandation d'une politique de RSE selon laquelle les gestionnaires « conservateurs » devraient être congédiés? Remplacé? Envoyé à des séances de sensibilité?

Ordre spontané

Bien que je ne puisse pas m'étendre longuement là-dessus ici, je tiens à suggérer que le monde social doit être compris en termes hayekiens. Le monde social n'est ni un mécanisme ni organique. C'est historique et en évolution. En son sein, on peut discerner deux types d'«ordre» : l'ordre fait et l'ordre spontané. Les organisations « sur commande » présentent un ordre exogène. Cela signifie qu'une force extérieure impose l'ordre à une organisation. Une telle commande peut se référer à l'objet ou télos qui définit l'ordre fait. Il s'agit d'un ordre exogène parce que l'objet en cause est indépendant de l'ordonnance, plutôt que d'être interne ou immanent dans l'ordonnance. Les « ordres spontanés » présentent en revanche un ordre endogène; ils n'ont pas de but extérieur. Ils n'ont pas non plus de telos intégrés.

Des exemples d'ordre spontané incluent – l'économie ou l'ordre du marché, que Hayek décrit comme une procédure de découverte; le système juridique de common law, qui conduit à la découverte de règles immanentes dans la pratique sociale; tout l'ordre social ou étendu, qui, de manière wittgensteinienne,

permet aux apprenants initiés de devenir maîtres praticiens linguistiques en les initiant à notre forme de vie commune.

Aucune recherche ne nous permettra d'anticiper, de concilier les conflits à l'intérieur ou de planifier la construction d'un « ordre économique rationnel » (Hayek, 1945). Pour ce faire, nous aurions besoin (1) d'une connaissance parfaite de la part des planificateurs économiques, (2) de la capacité de définir, sans référence à la compréhension des différents acteurs économiques et de leurs contextes, une hiérarchie objective des préférences, et (3) la capacité de déterminer les valeurs relatives de tous les moyens et fins à la disposition du planificateur. La revendication complexe d'une connaissance parfaite comprend en elle la prétention de connaître à la fois l'arrangement approprié de toutes ces connaissances et la relation entre deux éléments de connaissance, de sorte qu'il est possible d'obtenir, sur la base de ces connaissances, tous les résultats d'équilibre possibles pour n'importe quel ensemble d'intrants et de extrants possibles. La question de la pertinence est liée à la métaphysique. Ce n'est que si la structure du monde est exactement reflétée dans les règles de déduction logique qu'il est concevable qu'un seul esprit ou groupe d'esprits puisse savoir ce qu'est la connaissance et n'est pas pertinent à un plan donné. De plus, la totalité des résultats possibles des différentes utilisations que nous pourrions faire de ces intrants devrait être déduite de la nature des intrants eux-mêmes. Une fois que nous connaissons les propriétés des entrées individuelles, les propriétés de toutes les combinaisons possibles d'intrants sont également déductibles, du moins en principe. La deuxième exigence de la construction d'un ordre économique rationnel est la capacité de définir, sans référence à la compréhension des acteurs économiques individuels et de leurs contextes, une hiérarchie objective des préférences. Cela nécessite un calcul fondé non seulement sur un système de préférences donné, mais aussi sur la possibilité de déduire rationnellement la bonne ligne de conduite des conditions dans lesquelles la planification doit avoir lieu. La première dimension de cette exigence revient à supposer des préférences stables et transitoires, qui sont articulées en totalité et à l'avance de choix et d'action et qui ne sont pas affectées par les circonstances particulières des agents individuels. Enfin, nous aurions besoin de la capacité de déterminer les valeurs relatives de tous les moyens et de toutes les fins dont le planificateur a accès en l'absence d'institutions et de processus de marché. Comme il se doit, cela exige également que l'ordonnance en question soit comprise comme un ordre téléocratique, dans lequel il existe un accord sur qui a le pouvoir de décider dans des cas individuels de la ligne de conduite que les membres vont prendre. Compte tenu de ces informations, il est en principe possible de savoir quelles fins sont les plus précieuses et de décider quels moyens utiliser dans la poursuite de ces fins. Bien sûr, rien de tout cela n'est possible.

Responsabilité des consommateurs

La sémantique même de l'expression RSE porte en elle la présomption que les entreprises ont des responsabilités, surtout envers les consommateurs, mais aussi envers les autres. Qu'en est-il des responsabilités des consommateurs? Une recherche rapide de la responsabilité des consommateurs catégorie soulève toute une série d'articles sur, vous l'avez deviné, ce que les entreprises doivent aux consommateurs ou comment les consommateurs considèrent la RSE. Il est presque impossible de trouver beaucoup de littérature sur ce que nous devrions attendre des consommateurs eux-mêmes. La seule exception semble être quelques articles sur la façon dont les consommateurs peuvent contribuer aux politiques sociales de lutte contre la pollution ou l'investissement privé. Cela soulève deux questions : premièrement, y a-t-il un besoin pour la catégorie de responsabilité des consommateurs? Deuxièmement, si la réponse à la question précédente est oui, alors pourquoi y a-t-il si peu de travail sur cette question?

Je pense que la nécessité de la catégorie de responsabilité des consommateurs est importante. Pour comprendre cela, regardons le concept du projet technologique (Capaldi 2004), la transition philosophique de l'idée que l'humanité doit se conformer à l'ordre naturel à l'idée que l'humanité transforme la nature en fonction de la commodité humaine, ou dans les mots de Descartes que nous sommes ici pour nous faire les maîtres et les possesseurs de la nature. C'est le projet technologique en conjonction avec l'économie de marché qui a conduit à la création de produits et de services (destruction créatrice de Schumpeter) qui ont transformé le monde physique et social à un point tel qu'à l'ère de la mondialisation, nous divisons maintenant le monde en économies développées et en développement. Ajoutez à cela l'humour associé aux histoires sur les personnes âgées ne sachant pas comment utiliser les dernières technologies. En bref, nous avons un énorme problème de consommateurs confrontés à des produits, des services et des choix pour

lesquels ils semblent mal équipés. Y a-t-il des consommateurs qui ne savent pas comment utiliser les produits de façon responsable? Dans l'oui, de qui incombe-t-il de s'occuper de ce problème?

Il existe plusieurs réponses immédiates conçues pour désamorcer cette catégorie. Premièrement, on fera valoir que le projet technologique est lui-même fautif et que l'humanité devrait adopter la vision du monde gaia et cesser et s'empêcher immédiatement d'utiliser les produits et services du projet technologique. Je ne pense pas que cela va se produire parce que (a) il ya de graves problèmes intellectuels avec l'hypothèse GAIA, b) nous avons besoin du projet technologique pour promouvoir la sensibilisation aux questions environnementales, et (c) surtout il est trop tard pour rejeter le projet technologique parce que la modernité est engagée dans la foi en la technologie - c'est-à-dire, nous supposons et agir sur l'hypothèse que la technologie future va résoudre les problèmes créés par l'ancienne technologie. Ainsi, par exemple, la création de voitures sans conducteur nous permettra de surmonter les habitudes de conduite irresponsables de certains conducteurs. Cela créera à son tour un nouvel ensemble de problèmes – par exemple, le mauvais fonctionnement des ordinateurs qui dirigent ces voitures. Un regard profond sur le monde moderne révélera qu'il est trop tard pour revenir en arrière. Il y a une différence significative entre l'engagement responsable envers l'environnement et le rejet massif du projet technologique.

Une deuxième réponse immédiate est, comme d'habitude, de (a) voir les consommateurs comme des produits passifs de leur environnement et b) de transférer la responsabilité aux entreprises, c'est-à-dire plus de RSE. Les entreprises devraient être tenues de fournir plus d'information sur les produits ou d'imprimer de plus en plus d'étiquettes d'avertissement ou de parrainer des publicités mettant en garde contre l'utilisation abusive de produits. La difficulté évidente avec cette solution, si ce n'est qu'elle n'a pas semblé efficace, c'est que nous sommes tous sur la surcharge d'information de sorte que plus d'informations produites conduit à moins d'informations étant digérées. Nous pouvons ajouter à cela que de nombreux consommateurs sont pleinement conscients des dangers de l'utilisation erronée d'un produit, mais le font de toute façon. Il y a toujours la version américaine de la RSE qui permet aux victimes et même aux auteurs de l'utilisation abusive délibérée de produits de poursuivre l'entreprise qui produit le produit. Par exemple, il existe de nombreux exemples de jurys américains imposant des dommages-intérêts aux entreprises, même lorsque ces entreprises placent des étiquettes d'avertissement sur les produits et vont jusqu'à empêcher mécaniquement l'utilisation abusive (et l'utilisateur désactive le dispositif de sécurité)! Cela entraîne non seulement des coûts d'assurance plus élevés et, partant, des coûts supplémentaires pour les autres consommateurs, mais aussi la suppression de produits précieux du marché.

L'objection la plus sérieuse à ces recours proposés est qu'ils créent un aléa moral. Le projet technologique a rendu le monde meilleur mais plus compliqué. Pouvons-nous ou devrions-nous nous attendre à ce que le gouvernement et les organisations commerciales ou les entreprises privées seuls nous sauvent de nous-mêmes? N'est-il pas temps de se concentrer à la fois sur l'éducation des consommateurs et l'exigence d'un plus grand nombre d'entre eux en échange? Y a-t-il des cas où il est d'une importance vitale d'insédant le fardeau au consommateur?

Consommateurs and Medical Technology: A Case inpoint

Il existe de nombreux produits et technologies pharmaceutiques expérimentaux qui pourraient peut-être sauver ou améliorer des vies. Ces produits n'aident pas à l'heure actuelle tout le monde et, dans certains cas, posent des risques considérables. C'est pourquoi ces technologies médicales en sont encore à divers stades de développement et de tests.

Qui devrait décider d'utiliser ou non ces produits expérimentaux? Médecins? Le gouvernement ? Du personnel RSE pharmaceutique ? Ne serait-il pas plus logique que les patients acceptent la responsabilité finale de décider de l'utilisation de ces produits? Ne serait-ce pas aussi un avantage volontaire pour les expérimentateurs?

The Economics of CSR Coûts de transaction sociale

Chaque entreprise s'occupe des coûts de transaction politique et sociale. Les coûts des transactions politiques sont l'une des raisons pour laquelle les entreprises, et même des industries entières, emploient des lobbyistes. La RSE est un exemple de coût de transaction sociale. Dans ce contexte, la RSE signifie servir les intérêts sociaux sans rémunération directe, mais qui est compatible avec la valeur à long terme des investisseurs et sert indirectement. Il y a une autre raison de prendre cela au sérieux, à savoir qu'il

obscurcit souvent le rôle de la direction, qui est d'examiner un macro-contexte qui inclut plus que les marchés. La plupart de la documentation sur la RSE ne répond pas à la question économique de savoir comment nous mesurons la valeur de la RSE plutôt que la perte de ressources qui auraient pu être utilisées à d'autres fins, y compris les contributions de bienfaisance des actionnaires. S'il est nécessaire d'avoir une étude empirique, il devrait s'agir de déterminer d'une façon ou d'une autre si le traitement des questions sociales est mieux fait directement par les entreprises ou par la philanthropie privée. C'est une question qui contraste les approches américaines par rapport aux approches de l'u.U. Nous devrions également mentionner qu'aux États-Unis, nous avons des dirigeants d'entreprise en RSE qui se concentrent sur l'élaboration de procédures visant à protéger tout le monde, mais surtout le cabinet contre les poursuites judiciaires intentées par le gouvernement ou contre les poursuites frivoles.

Turning t itables

La RSE telle qu'elle est traditionnellement comprise fonctionne dans deux domaines : (1) la réforme du milieu de travail et (2) l'aide à traiter des questions sociales plus vastes qui ne se limitent pas à l'environnement économique et de travail plus large.

Abordons d'abord le deuxième domaine. La plupart d'entre nous supposent que la RSE ne va que dans une seule direction, à savoir ce que les entreprises peuvent faire pour les organismes sans but lucratif tel que défini par l'industrie à but non lucratif (chercheurs en RSE et autres). Au contraire, devrions-nous considérer dans quelle mesure les chefs d'entreprise peuvent, peuvent et devraient avoir un rôle vital dans la formulation des politiques publiques ou la réforme des organismes sans but lucratif comme les universités? Être invité à contribuer à la résolution de questions sociales plus importantes implique de participer au débat sur ce que sont exactement ces questions, comment les questions doivent être diagnostiquées et comment les prescrire. Les chefs d'entreprise pourraient-ils parfois être mieux en mesure de contribuer à cette discussion que les universitaires?

Ceux qui sont prédisposés à être hostiles aux marchés voient dans la RSE un moyen de transférer les coûts de la politique sociale au secteur privé face à la rébellion des contribuables. Souvent, ils supposent qu'ils détermineront personnellement les politiques de RSE et que les entreprises commerciales assumeront ensuite la facture. Pourrions-nous soutenir que ce dont nous avons vraiment besoin, c'est que le milieu des affaires s'implique plus activement dans la définition des problèmes sociaux et dans la formulation et la mise en œuvre de mesures correctives. Le milieu des affaires, en tant que forme de RSE, pourrait-il préconiser le définancement des universités qui favorisent l'ignorance et l'hostilité envers les marchés? Pourrait-elle chercher (comme c'est apparemment le cas actuellement) à examiner les universités et autres établissements d'enseignement et de recherche du point de vue d'une entreprise? Plus précisément, quels sont les objectifs, comment sont-ils poursuivis, quels sont les coûts et les avantages, évaluer les enseignants et les chercheurs sur leur productivité? En bref, pourquoi supposer que les académiciens sont le meilleur juge du monde universitaire? Après tout, les universitaires supposent qu'ils sont le meilleur juge du monde commercial ainsi que tout le reste. À moins de l'appel lancé au Projet des Lumières et à l'expertise en technologie sociale, je ne vois pas comment les universitaires peuvent répondre à cette question par l'affirmative.

En ce qui concerne le premier domaine, la RSE dans le fonctionnement interne de l'entreprise, les entreprises devraient-elles éduquer les employés et leurs familles sur les raisons pour lesquelles les entreprises fonctionnent comme elles le font dans une économie de marché? Devraient-ils insister sur l'embauche de MBA seulement s'ils ont terminé un programme qui est pro-marché et pro-croissance? Devraient-ils les éduquer (et donner de l'argent aux écoles de commerce) pour expliquer les maux de la corruption et du capitalisme de copinage / socialisme?

Une autre suggestion est d'encourager les entreprises à encourager les administrateurs, les employés et les actionnaires à contribuer à des philanthropies ou à des organismes sans but lucratif qui se concentrent exclusivement sur la résolution des problèmes sociaux. Plutôt que l'argent et le capital humain de l'entreprise, qui pourraient être axés sur la production de produits et de services rentables, nous encourageons le développement du capital spirituel de la part des individus à contribuer leur propre argent personnel, le temps libre volontaire, et l'expertise personnelle à la fois aborder les questions sociales et l'expansion de la productivité de l'économie de marché. Nous n'avons pas à partager la même idéologie

pour y contribuer. Nous n'avons pas besoin de nuire à la position concurrentielle d'une entreprise pour ce faire.

Tierney (Tierney, 2006) a identifié quelque chose de proche de ce que j'ai en tête.

"... Pour une nouvelle génération d'entrepreneurs, il n'y a pas de conflit entre capitalisme et compassion... Le philosophe du mouvement est John Mackey, le cofondateur de Whole Foods. Mackey est un environnementaliste passionné, un défenseur des droits des animaux, un promoteur du développement durable — et un libertaire autoproclamé... « Les entreprises sortent des milliards de personnes de la pauvreté », dit-il. « Pourquoi sont-ils si détestés? La réponse de Mackey est que le capitalisme a un problème d'image de marque: ses praticiens sont des experts à la commercialisation de tout sauf leur propre système Mackey Pense que les entreprises socialement conscientes comme Whole Foods ont prospéré parce que leurs fondateurs, employés et clients veulent une société d'avoir des objectifs plus grands que d'enrichir les actionnaires Avant de prendre l'entreprise publique, il a dit aux investisseurs qu'il allait consacrer 5 pour cent des bénéfices à la philanthropie, de sorte qu'ils ne peuvent pas se plaindre maintenant qu'il les vole Il est intelligent des fondateurs de Google d'essayer d'utiliser des outils capitalistes pour sauver la planète; la discipline du marché devrait empêcher leur philanthropie de soutenir trop de causes perdues.

CONCLUSION

RSE imaginative Dans t il mondeen développement

Les entreprises multinationales peuvent coordonner leurs efforts pour dénoncer et s'opposer à la corruption. Ils peuvent faire connaître les recherches déjà menées par les banques d'investissement sur lesquelles les pays ont des dirigeants qui favorisent la croissance, et qui ne le sont pas. Nous devrions calculer les coûts de la souffrance humaine imposés par les retards dans la mise en œuvre de la véritable économie de marché, et identifier les individus et les groupes qui facilitent et préconisent le retard. Par exemple, nous pourrions également faire une liste des 10 pires programmes de RSE qui se livrent à des cosmétiques et non à des substances (p. Ex., Starbucks, Body Shop, etc.). Il y a encore beaucoup à faire.

TRANSLATED VERSION: GERMAN

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

ÜBERSETZTE VERSION: DEUTSCH

Hier ist eine ungefähre Übersetzung der oben vorgestellten Ideen. Dies wurde getan, um ein allgemeines Verständnis der in dem Dokument vorgestellten Ideen zu vermitteln. Bitte entschuldigen Sie alle grammatikalischen Fehler und machen Sie die ursprünglichen Autoren nicht für diese Fehler verantwortlich.

EINLEITUNG

Der Zweck dieses Aufsatzes ist es, Wissenschaftler der sozialen Verantwortung von Unternehmen und CSR-Verantwortliche privater Unternehmen herauszufordern, ihre Themen und ihren Ansatz zu überdenken. Um diese Herausforderung aufzuwerfen und weitere Diskussionen anzuregen, habe ich mich

bewusst dafür entschieden, meinen Fall zu überbewerten. Mit dieser Einschränkung im Hinterkopf, lassen Sie uns beginnen.

Der administrative Trugschluss

Das grundlegende Problem, das in der CSR-Stipendium angegangen werden muss, ist, ob es beschreibend oder normativ ist oder etwas anderes (Crane et al. 2008). Dies ist ein Problem, das sowohl in der Philosophie als auch in der Geschichte der Sozialwissenschaften wurzelt.

Der große Erfolg der wissenschaftlichen Revolution im 17. Und 18. Jahrhundert führte zu einer neuen intellektuellen Einstellung: Das Aufklärungsprojekt (Adorno & Horkheimer 1990; Carl Becker 1962; Bloom 1987; Capaldi 1998; macintyre 1981; mccarthy 1998). Das Aufklärungsprojekt behauptet, dass es eine Sozialwissenschaft geben kann, die mit der Physik vergleichbar ist, dass die Sozialwissenschaft uns helfen kann, die soziale Welt zu erklären, vorherzusagen und zu kontrollieren. Kurz gesagt, es gibt den Glauben, dass es irgendwann eine soziale Technologie geben kann. Der Traum von einer sozialtechnologischen Utopie ist das gemeinsame Erbe von Liberalen, Sozialisten und Marxisten ((Carl Becker 1962), Kapitel vier). Einige von uns würden argumentieren, dass dies trügerisch und fehlgeleitet ist.

Gerade dieser Glaube an eine Sozialtechnologie prägt einen Großteil der sozialwissenschaftlichen Disziplinen, die in den Sozialwissenschaften ausgebildet sind und letztlich viele Praktiker im CSR-Bereich. Es gibt Akademiker, die immer bereit sind, die Rolle der Philosophenkönige und -königinnen zu spielen. In seiner Kritik an dem, was er die Unternehmergeellschaft nennt, warnt George Brenkert (langjähriger Herausgeber von Business Ethics Quarterly): "Statt einer platonischen Gesellschaft, die auf ihre Philosophenkönige schaut, wird unsere Unternehmergeellschaft auf ihre Unternehmerbosse schauen." ((Brenkert 2002) S. 17). Ein großer Teil der Feindseligkeit vieler Intellektueller gegenüber modernen Handelsgesellschaften besteht darin, daß solche Gesellschaften keine Unternehmensvereinigungen sind, die eine Klauensät serthenen müssen (De Jouvenel 1974; Klein 2006; Mises 1975; Nozick 1998; Schumpeter 1975).

"... Intellektuelle verabscheuten den Amerikanismus auch aus einem persönlicheren Grund. Sie wussten, dass in einer amerikanisierten Gesellschaft, die von kommerzieller Kultur dominiert wird, der Platz der Philosophen und Literaten bestenfalls marginal war. Weit davon entfernt, das Dogma des niedergeschlagenen Bauern zu sein, spiegelt der Okzidentalismus häufiger die Ängste und Vorurteile städtischer Intellektueller wider, die sich in einer Welt des Massenhandels verdrängt fühlen" (Buruma & Margalit 2005), S. 30).

Vor der modernen (Renaissance-)Periode behaupteten klassische und mittelalterliche Theoretiker die Existenz einer universellen Teleologie. Alles, einschließlich der menschlichen und sozialen Welt, wurde von einem inneren Telos (Ziel) regiert. Aus dieser Perspektive sind die Beschreibung und Normatisierung dasselbe. All dies endete, als die moderne Physik (Descartes, Newton) die Existenz der endgültigen Ursachen leugnete und daher die Existenz der Teleologie in der physischen Welt leugnete. Wenn die Sozialwissenschaft nach dem Vorbild der modernen Physik modelliert werden soll, dann kann sie nicht auf objektive innere Normen oder ein Telos ansprechen.

Es ist die Mentalität des Aufklärungsprojekts, die die Unterscheidung zwischen der Beschreibung und Erklärung der inhärenten Normen kommerzieller Tätigkeit zusammen mit einer internen Kritik darüber verschleiert, wann wir es versäumen, diese Normen zu instanzieren, im Gegensatz zu normativen CSR, die vermutlich von einer rein äußeren Position aus das, was die Teilnehmer am Handel tun sollten, verboten. Woher stammen diese externen Normen? Spiegeln diese externen Normen eine private politische Agenda wider, oder spiegeln sie eine größere soziale Struktur wider? Wer hat diese größere soziale Struktur richtig erfasst? Ist diese Struktur vertretbar? Wie das?

Es ist nicht mein Ziel, jegliche samtorische Interessenvertretung zu verunglimpfen oder politische, soziale und wirtschaftliche Reformen zu verhindern. Ich möchte darauf hinweisen, dass dies keine Wissenschaft ist. Man kann Stipendien verwenden, um die Interessenvertretung zu unterstützen, aber Fürsprache ist mehr als Stipendien, und stipendienweise allein bringt keine spezifischen Reformen oder

Agenden mit sich. Sich unter dem Deckmantel der Wissenschaft für die Förderung zu engagieren, ist entweder geistige Verwirrung oder intellektuelle Unehrlichkeit zu reflektieren.

Es gibt zahlreiche Geschichten von CSR (Carroll 2008). Im Zusammenhang mit meiner Sorge um den administrativen Trugschluss biete ich eine andere Geschichte an, wie sie in den USA entstanden ist (Ryan 2006). Der Bereich CSR war wirtschaftlich und politisch liberal, da er in Business Schools und Philosophieabteilungen tätig war. In Bezug auf Business Schools kann es bis zur University of California-Berkeley in den 1960er Jahren zurückverfolgt werden, wo viele der ersten Leiter des aufstrebenden Business and Society-Bereichs arbeiteten oder ausgebildet wurden (Epstein 1999). Die Forschung konzentrierte sich auf die "soziale Verantwortung" der Unternehmen und suchte wirtschaftliche Reformen, um die Ungleichheiten zu beseitigen, die als dem Kapitalismus inhärent empfunden werden (Jones 1980).

Was die Philosophie betrifft, so wurden die traditionell "feindlichen Haltungen" der Philosophen gegenüber der Wirtschaft ((Shaw 1996): 490) sofort offensichtlich. Sie nutzten eine spezifische politische Agenda, um "den sozioökonomischen Kontext zu verstehen, zu bewerten und vielleicht zu ändern... Die moralischen Entscheidungen, mit denen Individuen konfrontiert wird, umrahmen, was oft zu Kritik aus einer marxistischen oder unmoralisch-marktistischen Perspektive führt ((Shaw 1996): 496). Andere konzentrierten die Aufmerksamkeit der Studenten auf die soziale Verantwortung der Unternehmen und stellten in Frage, ob Unternehmen "mehr" tun sollten, als Gewinne zu maximieren.

Philosophie hat eine spezifische Rolle, die aus zwei Teilen besteht, pädagogisch und kulturell. Die pädagogische Rolle macht uns selbstbewusst, wir sind uns unserer Grundvoraussetzungen bewusst. Dies ist Analyse; es kann gelehrt werden; und es kann außerhalb der Disziplin, des Berufs und der Akademie praktiziert werden. Die kulturelle Rolle ist die Mode einer Erzählung, die die Voraussetzungen einer ganzen Reihe kultureller Praktiken in eine Art kohärente Synthese bringt. Dies ist eine Rolle, die einzigartig für die Philosophie oder für diejenigen war, die wir als große Philosophen identifizieren, obwohl viele von ihnen diese Rolle außerhalb der Akademie gespielt haben.

Diese zweite Rolle ist keine maßgebliche Rolle. Ein einzelner Denker kann sich entscheiden, beides zu tun. Die Legitimität der aus der Vision abgeleiteten Politiken ergibt sich jedoch in keiner Weise aus dem Wert der Vision. Andere können im Nachhinein den Wert, die Bedeutung und den Einfluss der Vision schätzen, ohne die abgeleiteten Politiken zu unterstützen. Wir schätzen Aristoteles' Analyse der Polis, aber die meisten von uns würden sich entscheiden, nicht in einem zu leben. Sich an dieser Aktivität zu beteiligen, bedeutet, eine Vision anzubieten, kein Argument, obwohl die Vision Argumente darin enthalten kann. Die Identifizierung von Voraussetzungen unterscheidet sich von der Anwendung dieser Voraussetzungen oder der Herausforderung einiger dieser Voraussetzungen im Lichte anderer. Es ist eine Rolle, die die Freiheit der Phantasie, die Autonomie der Wahl und im gegenwärtigen Kontext die Güte oder Gültigkeit einer zivilen Vereinigung anerkennt. Es ist eine Rolle, die niemals von selbsternannten und selbsternannten Eliten gespielt werden kann, die danach streben, anderen ihre jeweiligen Rollen und Überzeugungen und Handlungen innerhalb eines Unternehmensverbandes zu offenbaren, d. H. Eine Assoziation mit einem kollektiven Ziel, dem einzelne Ziele untergeordnet sind. Viele prominente Mitglieder des Philosophie-Berufs sind modernen Handelsgesellschaften so unreflektiert feindlich gegenüber, dass sie sich selbst davon abhielten, eine Vision zu liefern: Rorty, MacIntyre, Blackburn, Derrida, Foucault, um nur einige zu nennen. Ein großer Teil der Feindseligkeit vieler Intellektueller gegenüber modernen Handelsgesellschaften besteht darin, dass solche Gesellschaften keine Unternehmensvereinigungen sind, die einen klaffenden Hollander benötigen (Hollander 2006). Philosophie ist für viele die Artikulation einer moralischen Vision (eine alternative Vision) für jene, die sich gegen substantielle Religionsgemeinschaften verabscheuen.

Selbst die sogenannte empirische Forschung wurde durch eine Voreingenommenheit befleckt. Eine Studie behauptete, dass Studenten der Betriebswirtschaft überwiegend "utilitaristische Egoisten" waren (Wood et al. 1998), und eine andere, dass MBA-Studenten egoistisch waren. In beiden Studien ging man davon aus, dass "Egoismus" von der "subjektiven" Vielfalt ist, indem er die Maximierung der subjektiven Sicht des eigenen Wohls auf kurze Sicht betont und die Folgen für andere ignoriert. Diese Studie ignoriert natürlich andere Varianten des philosophischen Egoismus. Diese Studien bestätigen die Annahme, dass Wirtschaftsstudenten und letztlich Geschäftsleute moralisch wollen.

Der erfolgreichste Angriff des Feldes auf das Denken des freien Marktes ist die "Stakeholder-Theorie", die behauptet, dass die Aufgabe des Unternehmensleiters darin besteht, die Bedürfnisse und Wünsche aller Unternehmenswahlkreise in Einklang zu bringen (Donaldson & Preston 1995). Diese Position wird in der Literatur mit der "Aktientheorie" kontrastiert, die im Allgemeinen Friedmans (Friedman 1970) Position folgt, dass Führungskräfte Gewinne "innerhalb der Spielregeln" maximieren sollten. Wir ignorieren im Moment, ob dies eine genaue Darstellung von Friedman ist. Hervorzuheben ist die Reaktion der Wirtschaft auf die Stakeholder-Theorie zunächst und später, als Geschäftsleute versuchten, sie in der Praxis anzuwenden. Nach Angaben des Business Round Table:

[1990] Die Unternehmen sind gechartert, um sowohl ihren Aktionären als auch der Gesellschaft als Ganzes zu dienen. Die Interessen der Aktionäre werden in erster Linie an der wirtschaftlichen Rendite im Zeitverlauf gemessen. Die Interessen anderer in der Gesellschaft (andere Stakeholder) werden durch ihre Beziehung zum Unternehmen definiert....Der Schwerpunkt von Geschichte und Recht unterstützt nachdrücklich die breitere Sicht der Verantwortung der Direktoren, die Interessen aller Stakeholder im Rahmen ihrer Verantwortung gegenüber dem Unternehmen oder den langfristigen Interessen seiner Aktionäre sorgfältig abzuwägen. ("Corporate Governance and American Competitiveness", März 1990)

[1997] Die Schwäche des Stakeholder-Modells besteht darin, dass es keine übergeordnete objektive Funktion gibt, die implizit oder explizit die Kompromisse aus den Ausgaben für verschiedene Posten, einschließlich der einzelnen Interessenträger des Unternehmens, festlegt. Dies wiederum impliziert, dass die Top-Manager solcher Organisationen nicht für ihre Entscheidungen zur Rechenschaft gezogen werden können, da es ohne eine übergeordnete objektive Funktion keine Möglichkeit gibt, ihre performance....it dem Board ohne Einkriterium für die Lösung von Konflikten zwischen den Interessen der Aktionäre und anderer Interessengruppen oder zwischen verschiedenen Gruppen von Interessenträgern überlassen würde. ("Erklärung zur Corporate Governance", September 1997, S. 3-4).

Zwei andere Dinge müssen hervorgehoben werden, und beides betrifft, wie Führungskräfte verschiedene Ansprüche ausbalancieren sollen. Erstens ist Schumpeters Konzept der "kreativen Zerstörung" nicht nur ein ökonomisches Konzept, das die Aufmerksamkeit darauf aufgibt, wie Unternehmertum in einer dynamischen Wirtschaft die Wirtschaftslandschaft ständig verändert: was wir produzieren und nicht produzieren; wie wir es produzieren; wie wir Produktion, Vertrieb, Marketing, Finanzierung usw. organisieren. Sie gilt auch für Veränderungen in der sozialen Welt, die Veränderungen in der Wirtschaftswelt widerspiegeln. Denken Sie beispielsweise daran, wie Wirtschaftswachstum und Globalisierung zu einer stärkeren Beteiligung von Frauen am Erwerbsleben geführt haben. Denken Sie noch einmal daran, wie diese Beteiligung nicht nur den Arbeitsplatz, sondern auch das Verhältnis zwischen Männern und Frauen, das Familienleben usw. radikal verändert hat. Wir haben nicht nur nicht aufgeholt, diese Veränderungen zu verdauen, sondern wir müssen uns auch fragen, welche anderen Veränderungen sich entwickeln oder entwickeln werden. Wenn ja, woher wissen wir, dass wir jetzt Ansprüche in einer Weise ausbalancieren, die sich im Hinblick auf zukünftige Entwicklungen positiv entwickeln wird? Die Antwort ist, dass wir es nicht wissen, nicht wissen, und es kann durchaus widersprüchliche Ansätze geben.

Zweitens, wenn wir Archie Carrolls Pyramide als Bezugsrahmen nehmen, möchten wir vielleicht, und ich tue es, die Vorstellung in Frage stellen, dass wir in einer moralisch monistischen Welt gelebt haben oder jemals gelebt haben oder erwarten, in einer moralisch monistischen Welt zu leben. Lassen Sie mich vorschlagen, dass wir in einer moralisch pluralistischen Welt leben (alle vergangenen und aktuellen Ereignisse sind mein Beweis). Lassen Sie mich darauf hinweisen, dass dies manchmal eine gute Sache ist. Wenn alles Vorstehende wahr ist, dann gibt es keine einzige Möglichkeit, Ansprüche auszugleichen, keinen Algorithmus, den wir erkennen oder lehren können.

Eine seriöse wissenschaftliche Überprüfung der philosophischen Literatur wird zeigen, dass es keinen Konsens über die Beilegung ethischer Streitigkeiten auf höchster Ebene gibt (Solomon 2006). Zunächst einmal ist es nicht nur so, dass es erhebliche ethische Meinungsverschiedenheiten über inhaltliche Fragen gibt. Viele, wenn nicht die meisten dieser Kontroversen scheinen nicht durch solide rationale Argumente lösbar zu sein. Auch hier hängen viele der Kontroversen von unterschiedlichen metaphysischen grundlegenden Verpflichtungen ab. In den meisten metaphysischen Kontroversen ist die Auflösung nur durch die Gewährung bestimmter Ausgangsvoraussetzungen und Beweisregeln möglich. Selbst wenn

grundlegende metaphysische Fragen nicht auf dem Spiel zu stehen scheinen, drehen sich die Debatten um unterschiedliche Rankings des Guten. Eine Lösung scheint nicht machbar zu sein, ohne die Frage zu betteln, im Kreis zu streiten oder sich in einen unendlichen Rückschritt zu begeben. Wir können nicht auf Konsequenzen appellieren, ohne zu wissen, wie wir die Auswirkungen unterschiedlicher Ansätze auf unterschiedliche ethische Interessen (Freiheit, Gleichheit, Wohlstand, Sicherheit usw.) Einordnen können. Ebenso wenig können wir an die Präferenzzufriedenheit appellieren, es sei denn, man gewährt bereits, wie man Präferenzen korrigiert und rationale versus leidenschaftliche Präferenzen vergleicht, sowie den Diskontsatz für Präferenzen im Laufe der Zeit zu berechnen. Jeder Appell an uneigennützig Beobachter, hypothetische Auserwählten oder hypothetische Auftragnehmer wird auch nicht gebrauchen, denn wenn solche Entscheidungsträger wirklich desinteressiert sind, werden sie nichts wählen. Um eine bestimmte Art und Weise zu wählen, muss man bereits mit einem bestimmten moralischen Sinn oder einer dünnen Theorie des Guten ausgestattet sein. Intuitionen kann mit gegenteiligen Intuitionen begegnet werden. Jedem besonderen Abwägungsausgleich von Ansprüchen kann mit einer anderen Art und Weise, ein Gleichgewicht zu erreichen, entgegengewirkt werden. Um zur Orientierung für jede Darstellung der moralischen Rationalität aufzuappellieren, muss man sich den Inhalt für diese moralische Rationalität bereits gesichert haben.

Management, Marketing, Sozialwissenschaften undnormen

Es gibt eine besonders fehlgeleitete Tendenz in der sozialwissenschaftlichen Forschung im Allgemeinen und der CSR-Forschung im Besonderen, auf die ich aufmerksam machen möchte. Auch hier geht es um die scheinbare Unfähigkeit einiger Forscher, sich mit Normen im Gegensatz zu Fakten zu befassen. Ich möchte auf die folgende Zusammenfassung aufmerksam machen:

Obwohl frühere Forschungen signifikante Beweise dafür liefern, dass politische Ideologie (d. H. Liberale oder konservative) die Ansichten eines Individuums über Geschlechterrollen im Wirtschaftsleben beeinflussen kann, ist wenig darüber bekannt, ob diese Ansichten Organisationen beeinflussen. In dieser Arbeit theoretisieren wir, warum konservative (liberale) Manager höhere (niedrigere) Raten von Ungleichheiten zwischen den Geschlechtern in der Ausbildung, Beförderung und Fluktuation ihrer Untergebenen haben können, im Vergleich zu gemäßigten Managern. Wir gehen ferner davon aus, dass konservative (liberale) Manager im Vergleich zu gemäßigten Managern weniger (mehr) die Diversitätsinitiativen ihres Unternehmens leiten werden. Anhand neuartiger Mikrodaten aus der Rechtsdienstleistungsbranche finden wir Unterstützung für die meisten unserer Argumente (Carnahan & Greenwood 2016).

Abgesehen von einigen unscharfen Definitionen dessen, was es bedeutet, "konservativ" oder "liberal" zu sein, sagt uns der Artikel, dass "liberale" Manager tendenziell eher den Diversity-Programmen entgegenkommen, und es ist das Gegenteil für "Konservative". Brauchen wir empirische Forschung, um uns das zu sagen? Ist dieser Teil nicht dessen, was es in bestimmten Zusammenhängen bedeutet, "liberal" oder "konservativ" zu sein? Dies ist kein empirisches Befund, sondern eine Frage der Definition. Dies ist wie eine Umfrage durchzuführen, um festzustellen, ob alle Junggesellen unverheiratete Männer sind! Zeigt uns diese Forschung, dass Diversity-Programme gut oder schlecht sind und wenn ja, relativ zu welchen Kriterien? Soll diese so genannte Forschung zu der Empfehlung der CSR-Politik führen, "konservative" Manager zu entlassen? Ersetzt? Gesendet an Sensitivitätssitzungen?

Spontane Bestellung

Obwohl ich hier nicht ausführlich darauf eingehen kann, möchte ich vorschlagen, dass die soziale Welt in Hayekianer Begriffen verstanden werden muss. Die soziale Welt ist weder ein Mechanismus noch ein organischer. Es ist historisch und entwickelt sich weiter. Innerhalb davon kann man zwei Arten von "Ordnung" erkennen: Ordnung und spontane Ordnung. "Made Order"-Organisationen weisen exogene Ordnung auf. Das bedeutet, dass eine äußere Kraft einer Organisation Ordnung aufzwingt. Eine solche Reihenfolge kann sich auf den Zweck oder telos beziehen, der den hergestellten Auftrag definiert. Dies ist eine exogene Ordnung, weil der Zweck unabhängig von der Reihenfolge ist, im Gegensatz zu innerhalb oder immanent innerhalb der Bestellung. "Spontane Aufträge" weisen dagegen eine endogene Ordnung auf; sie haben keinen externen Zweck. Sie haben auch keine eingebauten Telos.

Beispiele für spontane Ordnung sind – die Wirtschaftlichkeit oder Marktordnung, die Hayek als Entdeckungsverfahren beschreibt; das Rechtssystem des Common Law, das zur Entdeckung von Regeln führt, die innerhalb der sozialen Praxis immanent sind; die gesamte soziale oder erweiterte Ordnung, die in Wittgensteiner Manier es eingeweihten Lernenden ermöglicht, Meister-Sprachpraktiker zu werden, indem sie sie in unsere gemeinsame Lebensform einweihen.

Keine Menge Forschung wird es uns ermöglichen, Konflikte innerhalb einer "rationalen Wirtschaftsordnung" zu antizipieren, zu versöhnen oder zu planen (Hayek 1945). Dazu bräuchten wir (1) perfektes Wissen seitens der Wirtschaftsplaner, (2) die Fähigkeit, ohne Bezugnahme auf das Verständnis der einzelnen Wirtschaftsakteure und ihrer Kontexte eine objektive Hierarchie der Präferenzen zu definieren, und (3) die Fähigkeit, die relativen Werte aller Mittel und Enden zu bestimmen, die dem/den Planern zur Verfügung stehen. Der komplexe Anspruch auf vollkommenes Wissen beinhaltet darin den Anspruch, sowohl die angemessene Anordnung all dieses Wissens als auch die Beziehung zwischen zwei beliebigen Wissensstücken zu kennen, so dass es möglich ist, auf der Grundlage dieses Wissens alle möglichen Gleichgewichtsergebnisse für jede Menge von Inputs und möglichen Ergebnissen abzuleiten. Die Frage der Relevanz ist mit der Metaphysik verbunden. Nur wenn sich die Struktur der Welt genau in den Regeln der logischen Ableitung widerspiegelt, ist es denkbar, dass jeder einzelne Geist oder eine Gruppe von Geistern möglicherweise wissen könnte, was Wissen für einen gegebenen Plan ist und was nicht. Darüber hinaus müsste die Gesamtheit der möglichen Ergebnisse der verschiedenen Verwendungen, die wir aus diesen Inputs machen könnten, aus der Art der Inputs selbst abgeleitet werden können. Sobald wir die Eigenschaften der einzelnen Eingänge kennen, sind auch die Eigenschaften aller möglichen Kombinationen von Eingängen abschmischbar, zumindest im Prinzip. Die zweite Voraussetzung für den Aufbau einer rationalen Wirtschaftsordnung ist die Fähigkeit, ohne Bezugnahme auf das Verständnis der einzelnen Wirtschaftsakteure und ihrer Kontexte eine objektive Hierarchie der Präferenzen zu definieren. Dies erfordert eine Berechnung, die nicht nur auf einem bestimmten Präferenzsystem beruht, sondern auch auf der Möglichkeit, die richtige Vorgehensweise aus den Bedingungen, unter denen die Planung stattfinden muss, rational abzuleiten. Die erste Dimension dieses Erfordernisses ist die Annahme stabiler, transitiver Präferenzen, die vollständig und vor der Wahl und dem Handeln artikulierbar sind und von den besonderen Umständen einzelner Erreger nicht betroffen sind. Schließlich bräuchten wir die Fähigkeit, die relativen Werte aller Mittel und Ziele zu bestimmen, die dem Planer in Ermangelung von Marktinstitutionen und -prozessen zur Verfügung stehen. Wie sich zeigen sollte, erfordert dies auch, dass die fragliche Ordnung als teleokratische Ordnung verstanden wird, innerhalb derer eine Einigung darüber besteht, wer in Einzelfällen entscheiden kann, welche Vorgehensweise die Mitglieder verfolgen werden. Angesichts dieser Informationen ist es grundsätzlich möglich zu wissen, welche Ziele am wertvollsten sind, und zu entscheiden, welche Mittel für die Verfolgung dieser Ziele verwendet werden sollen. Natürlich ist all dies nicht möglich.

Verbraucherverantwortung

Schon die Semantik des Ausdrucks CSR trägt die Vermutung mit sich, dass Unternehmen Verantwortung tragen, vor allem gegenüber den Verbrauchern, aber auch gegenüber anderen. Wie sieht es mit der Verantwortung der Verbraucher aus? Eine schnelle Suche in der Kategorie Verbraucherverantwortung bringt eine ganze Reihe von Artikeln auf, Sie haben es erraten, was Unternehmen den Verbrauchern schulden oder wie Verbraucher CSR sehen. Es ist fast unmöglich, viel Literatur darüber zu finden, was wir von den Verbrauchern selbst erwarten sollten. Die einzige Ausnahme scheinen einige Artikel darüber zu sein, wie die Verbraucher zu einer Sozialpolitik im Umgang mit Umweltverschmutzung oder privaten Investitionen beitragen können. Dies wirft zwei Fragen auf: Erstens: Ist es notwendig, die Kategorie der Verbraucherverantwortung zu übernehmen? Zweitens: Wenn die Antwort auf die vorangegangene Frage ja lautet, warum gibt es dann so wenig Arbeit in dieser Frage?

Ich schlage vor, dass die Notwendigkeit der Kategorie der Verbraucherverantwortung wichtig ist. Um dies zu verstehen, betrachten wir das Konzept des Technologischen Projekts (Capaldi 2004), den philosophischen Übergang von der Ansicht, dass die Menschheit der natürlichen Ordnung entsprechen sollte, zu der Ansicht, dass die Menschheit die Natur in die menschliche Bequemlichkeit verwandelt, oder in Descartes' Worten, dass wir hier sind, um uns selbst zu Meistern und Besitzern der Natur zu machen. Es

ist das technologische Projekt in Verbindung mit der Marktwirtschaft, das zur Schaffung von Produkten und Dienstleistungen (Schumpeters schöpferische Zerstörung) geführt hat, die sowohl die physische als auch die soziale Welt so verändert haben, dass wir im Zeitalter der Globalisierung die Welt jetzt in Industrie- und Entwicklungsökonomien aufteilen. Hinzu kommt der Humor, der mit Geschichten über ältere Menschen verbunden ist, die nicht wissen, wie man die neueste Technologie verwendet. Kurz gesagt, wir haben ein riesiges Problem der Verbraucher, die mit Produkten, Dienstleistungen und Entscheidungen konfrontiert sind, für die sie schlecht gerüstet zu sein scheinen. Gibt es Verbraucher, die nicht wissen, wie man Produkte verantwortungsvoll verwendet? Wenn ja, wessen Aufgabe ist es, dieses Problem anzugehen?

Es gibt mehrere sofort reagieren, um diese Kategorie zu entschärfen. Erstens wird argumentiert, dass das technologische Projekt selbst schuld ist und dass die Menschheit das GAIA-Weltbild annehmen und sofort aufhören und von der Nutzung der Produkte und Dienstleistungen des technologischen Projekts absehen sollte. Ich glaube nicht, dass dies geschehen wird, weil a) es ernste intellektuelle Probleme mit der GAIA-Hypothese gibt, (b) wir brauchen das Technologische Projekt, um das Bewusstsein für Umweltfragen zu fördern, und c) vor allem ist es zu spät, das technologische Projekt abzulehnen, weil die Moderne dem Glauben an die Technologie verpflichtet ist – das heißt, wir gehen davon aus und handeln unter der Annahme, dass die zukünftige Technologie die Probleme der älteren Technologie lösen wird. So werden wir beispielsweise durch die Schaffung fahrerloser Autos die unverantwortlichen Fahrgewohnheiten einiger Fahrer überwinden können. Dies wiederum wird zu einer neuen Reihe von Problemen führen – z. B. Der Fehlfunktion von Computern, die solche Autos lenken. Ein tiefer Blick in die moderne Welt wird zeigen, dass es zu spät ist, um zurückzugehen. Es besteht ein erheblicher Unterschied zwischen verantwortungsvollem Umgang mit der Umwelt und einer umfassenden Ablehnung des Technologischen Projekts.

Eine zweite unmittelbare Reaktion besteht wie üblich darin, (a) die Verbraucher als passive Produkte ihrer Umwelt zu betrachten und (b) die Verantwortung auf die Unternehmen zu verlagern, d. H. Mehr CSR. Unternehmen sollten verpflichtet werden, mehr Informationen über Produkte bereitzustellen oder immer größere Warnhinweise zu drucken oder Werbespots zu sponsern, die vor dem Missbrauch von Produkten warnen. Die eindeutige Schwierigkeit bei dieser Lösung, abgesehen von der Tatsache, dass sie nicht wirksam zu sein schien, besteht darin, dass wir alle eine Informationsüberlastung haben, so dass mehr Informationen produziert werden, die dazu führen, dass weniger Informationen verdaut werden. Wir können noch hinzufügen, dass viele Verbraucher sich der Gefahren des Missbrauchs eines Produkts voll bewusst sind, aber trotzdem tun. Es gibt immer die amerikanische Version von CSR, die es den Opfern und sogar den Tätern des vorsätzlichen Missbrauchs von Produkten erlaubt, das Unternehmen, das das Produkt herstellt, zu verklagen. Zum Beispiel gibt es zahlreiche Beispiele für US-Jurys, die Unternehmen Schadenersatz auferlegen, selbst wenn diese Unternehmen Warnhinweise auf Produkte aufstellen und so weit gehen, Missbrauch mechanisch zu hemmen (und der Benutzer deaktiviert das Sicherheitsgerät)! Dies führt nicht nur zu höheren Versicherungskosten und damit zu zusätzlichen Kosten für andere Verbraucher, sondern auch zur Entfernung wertvoller Produkte vom Markt.

Der schwerwiegendste Einwand gegen diese vorgeschlagenen Abhilfemaßnahmen besteht darin, dass sie ein moralisches Risiko darstellen. Das technologische Projekt hat die Welt besser, aber komplizierter gemacht. Können oder sollten wir erwarten, dass die Regierung und kommerzielle Organisationen oder private Unternehmen uns allein vor uns selbst retten? Ist es nicht an der Zeit, sich sowohl auf die Aufklärung der Verbraucher als auch auf die Forderung nach mehr von ihnen im Austausch zu konzentrieren? Gibt es Fälle, in denen es von entscheidender Bedeutung ist, den Verbraucher zu belasten?

Verbraucher and Medizintechnik: Ein Fall in Point

Es gibt viele experimentelle pharmazeutische Produkte und Technologien, die möglicherweise Leben retten oder verbessern könnten. Diese Produkte helfen derzeit nicht allen und stellen in einigen Fällen ein erhebliches Risiko dar. Aus diesem Grund befinden sich diese medizinischen Technologien noch in verschiedenen Entwicklungs- und Teststadien.

Wer sollte entscheiden, ob diese Experimentellen Produkte verwendet werden oder nicht? Ärzte? Die Regierung? Pharmazeutisches CSR-Personal? Wäre es nicht sinnvoller, dass Patienten die endgültige

Verantwortung für die Entscheidung über die Verwendung dieser Produkte übernehmen? Wäre dies nicht auch eine freiwillige Leistung für Experimentatoren?

Die Economics of CSR Social Transaction Costs

Jedes Unternehmen befasst sich mit den Kosten für politische und soziale Transaktionen. Politische Transaktionskosten sind ein Grund dafür, dass Unternehmen und sogar ganze Branchen Lobbyisten beschäftigen. CSR ist ein Beispiel für soziale Transaktionskosten. CSR bedeutet in diesem Zusammenhang, sozialen Interessen ohne direkte Vergütung zu dienen, die aber mit dem langfristigen Anlegerwert im Einklang stehen und indirekt dienen. Es gibt noch einen weiteren Grund, dies ernst zu nehmen, nämlich dass es oft die Rolle des Managements verschleiert, nämlich einen Makrokontext zu betrachten, der mehr als Märkte umfasst. Der größte Teil der CSR-Literatur geht nicht auf die wirtschaftliche Frage ein, wie wir den Wert von CSR im Gegensatz zum Verlust von Ressourcen messen, die für andere Zwecke hätten verwendet werden können, einschließlich wohltätiger Beiträge von Aktionären. Wenn eine empirische Studie benötigt wird, sollte in gewisser Weise festgestellt werden, ob die Behandlung sozialer Fragen besser direkt von Unternehmen oder von privater Philanthropie durchgeführt wird. Dies ist ein Thema, das US-Ansätze von EU-Ansätzen abhebt. Wir sollten auch erwähnen, dass wir in den USA CSR-Unternehmensoffiziere haben, die sich darauf konzentrieren, Verfahren zu erarbeiten, um alle, aber vor allem die Firma vor rechtlichen Schritten entweder seitens der Regierung oder vor leichtfertigen Klagen zu schützen.

Drehen dertische

CSR, wie sie traditionell verstanden wird, arbeitet in zwei Bereichen: (1) Reform des Arbeitsplatzes und (2) Unterstützung bei der Lösung größerer sozialer Fragen, die nicht auf das größere Wirtschaftliche und Arbeitsumfeld beschränkt sind.

Lassen Sie uns zunächst den zweiten Bereich ansprechen. Die meisten von uns gehen davon aus, dass CSR nur in eine Richtung geht, nämlich was Unternehmen für gemeinnützige Organisationen tun können, wie sie von der Non-Profit-Industrie (CSR-Gelehrte und andere) definiert werden. Sollten wir im Gegenteil darüber nachdenken, inwieweit Unternehmensführer eine entscheidende Rolle bei der Formulierung der öffentlichen Ordnung oder der Reform gemeinnütziger Organisationen wie Universitäten spielen können, können und sollten? Um zur Lösung größerer sozialer Fragen beizutragen, muss man an der Debatte darüber teilnehmen, was genau diese Fragen sind, wie die Probleme diagnostiziert werden sollen und wie man sie vorschreibt. Könnten Führungskräfte manchmal besser in der Lage sein, zu dieser Diskussion beizutragen als Akademiker?

Diejenigen, die dazu veranlasst sind, den Märkten feindlich zu gesinnt zu sein, sehen CSR als eine Möglichkeit, die Kosten der Sozialpolitik angesichts der Rebellion der Steuerzahler auf den privaten Sektor zu verlagern. Oft gehen sie davon aus, dass sie persönlich die CSR-Politik bestimmen und dass dann kommerzielle Unternehmen die Rechnung bezahlen werden. Könnten wir argumentieren, dass wir wirklich brauchen, dass die Wirtschaft sich aktiver an der Definition sozialer Probleme und der Formulierung und Umsetzung von Abhilfemaßnahmen beteiligt. Könnte sich die Wirtschaft als eine Form der CSR für die Entfinanzierung von Universitäten einsetzen, die Ignoranz und Marktfeindlichkeit fördern? Könnte sie (wie es jetzt offenbar der Fall ist) versuchen, Universitäten und andere Bildungs- und Forschungseinrichtungen aus der Sicht eines Unternehmens zu überprüfen? Was sind insbesondere die Ziele, wie werden sie verfolgt, welche Kosten und Vorteile sind, lehrer und wissenschaftliche Wissenschaftler nach ihrer Produktivität zu bewerten? Kurz gesagt, warum sollte man davon ausgehen, dass Akademiker der beste Richter der akademischen Welt sind? Schließlich gehen Akademiker davon aus, dass sie der beste Richter der kommerziellen Welt und alles andere sind. Kurz vor dem Appell an das Aufklärungsprojekt und der sozialtechnologischen Expertise sehe ich nicht, wie Akademiker auf diese Frage bejahen können.

Sollten die Unternehmen im ersten Bereich, CSR im internen Betrieb des Unternehmens, die Arbeitnehmer und ihre Familien darüber aufklären, warum unternehmend so funktioniert, wie es in einer Marktwirtschaft der Fall ist? Sollten sie darauf bestehen, MBAs nur einzustellen, wenn sie ein Programm, das markt- und wachstumsfreundlich ist, abgeschlossen haben? Sollten sie sie erziehen (und den Wirtschaftsschulen Geld geben), um die Übel der Korruption und des Vetternwirtschaftskapitalismus/Sozialismus zu erklären?

Ein weiterer Vorschlag besteht darin, Unternehmen zu ermutigen, Direktoren, Mitarbeiter und Aktionäre zu ermutigen, einen Beitrag zu Philanthropien oder Gemeinnützigen zu leisten, die sich ausschließlich auf die Lösung sozialer Probleme konzentrieren. Anstatt das Geld und das Humankapital des Unternehmens, das sich auf die Herstellung profitabler Produkte und Dienstleistungen konzentrieren könnte, fördern wir die Entwicklung von geistigem Kapital seitens des Einzelnen, um sein persönliches Geld, freiwillige Freizeit und persönliches Know-how sowohl zur Bewältigung sozialer Fragen als auch zur Steigerung der Produktivität der Marktwirtschaft beizusteuern. Wir müssen nicht dieselbe Ideologie teilen, um dazu beizutragen. Wir brauchen die Wettbewerbsposition eines Unternehmens nicht zu schmälern, um dies zu tun.

Etwas, das dem nahe kommt, was ich im Sinn habe, wurde von Tierney (Tierney 2006) identifiziert.

"... Zu einer neuen Generation von Unternehmern gibt es keinen Konflikt zwischen Kapitalismus und Mitgefühl.... Der Philosoph der Bewegung ist John Mackey, der Mitbegründer von Whole Foods. Mackey ist ein leidenschaftlicher Umweltschützer, ein Verfechter der Tierrechte, ein Förderer nachhaltiger Entwicklung – und ein selbsternannter Libertär.... "Die Konzerne befreien Milliarden von Menschen aus der Armut", sagt er. "Warum sind sie so gehasst?" Mackeys Antwort ist, dass der Kapitalismus ein Branding-Problem hat: Seine Praktiker sind Experten bei der Vermarktung von allem außer ihrem eigenen System.... Mackey....denkt, dass sozial bewusste Unternehmen wie Whole Foods gedeihen, weil ihre Gründer, Mitarbeiter und Kunden wollen, dass ein Unternehmen größere Ziele hat, als die Aktionäre zu bereichern....Bevor er das Unternehmen an die Öffentlichkeit bringt, sagte er Investoren, dass er 5 Prozent der Gewinne für Philanthropie verwenden würde, also können sie sich jetzt nicht beschweren, dass er sie beraubt....Es ist klug von Googles Gründern, mit kapitalistischen Werkzeugen zu versuchen, den Planeten zu retten; die Disziplin des Marktes sollte ihre Philanthropie davon abhalten, zu viele verlorene Ursachen zu unterstützen."

SCHLUSSFOLGERUNG

Einfallsreiche CSR in derentwicklungsländer

Multinationale Unternehmen können ihre Bemühungen zur Aufdeckung und Bekämpfung von Korruption koordinieren. Sie können Die Forschung veröffentlichen, die bereits von Investmentbanken durchgeführt wird, bei denen Länder führende Länder haben, die Wachstum fördern, und welche nicht. Wir sollten die Kosten für menschliches Leid berechnen, die durch Verzögerungen bei der Umsetzung der wahren Marktwirtschaft verursacht werden, und Einzelpersonen und Gruppen identifizieren, die die Verzögerung erleichtern und befürworten. Zum Beispiel könnten wir auch eine Liste der 10 schlechtesten CSR-Programme erstellen, die sich mit Kosmetika und nicht mit Stoffen beschäftigen (z. B. Starbucks, Body Shop usw.). Es gibt noch viel zu tun.

TRANSLATED VERSION: PORTUGUESE

Below is a rough translation of the insights presented above. This was done to give a general understanding of the ideas presented in the paper. Please excuse any grammatical mistakes and do not hold the original authors responsible for these mistakes.

VERSÃO TRADUZIDA: PORTUGUÊS

Aqui está uma tradução aproximada das ideias acima apresentadas. Isto foi feito para dar uma compreensão geral das ideias apresentadas no documento. Por favor, desculpe todos os erros gramaticais e não responsabilize os autores originais responsáveis por estes erros.

INTRODUÇÃO

O objetivo deste ensaio é desafiar estudiosos de responsabilidade social corporativa e diretores de RSE de corporações privadas a repensar em seu assunto e sua abordagem. A fim de levantar este desafio e provocar mais discussões, eu deliberadamente escolhi exagerar o meu caso. Com essa ressalva em mente, vamos começar.

A Falácia Administrativa

O problema fundamental que precisa ser abordado na bolsa de RSE é se ela é descritiva ou normativa ou outra coisa (Crane et al. 2008). Este é um problema enraizado tanto na filosofia quanto na história das ciências sociais.

O grande sucesso da revolução científica nos séculos XVII e XVIII deu origem a uma nova atitude intelectual: O Projeto Iluminismo (Adorno & Horkheimer 1990; Carl Becker 1962; Bloom 1987; Capaldi 1998; macintyre 1981; mccarthy 1998). O Projeto Iluminismo afirma que pode haver uma ciência social comparável à ciência física, que a ciência social pode nos ajudar a explicar, prever e controlar o mundo social. Em suma, há a crença de que eventualmente pode haver uma tecnologia social. O sonho de uma utopia tecnológica social é a herança comum de liberais, socialistas e marxistas ((Carl Becker 1962), capítulo quatro). Alguns de nós diriam que isso é delirante e equivocado.

É precisamente essa crença em uma tecnologia social que informa grande parte das disciplinas de ciências sociais aqueles formados nas ciências sociais e, em última instância, muitos praticantes no campo da RSE. Há acadêmicos sempre prontos para fazer o papel de Filósofos Reis e Rainhas. Em sua crítica ao que ele chama de sociedade empreendedora, George Brenkert (editor de longa data da *Business Ethics Quarterly*) adverte que "em vez disso, então, de uma sociedade platônica, que olhou para seus reis filósofos, nossa sociedade empreendedora olhará para seus chefes empreendedores". ((Brenkert 2002) p. 17). Grande parte da hostilidade de muitos intelectuais às sociedades comerciais modernas é que tais sociedades não são associações empresariais que exigem um clerisy (De Jouvenel 1974; Klein 2006; Mises 1975; Nozick 1998; Schumpeter 1975).

"... Intelectuais também detestava o americanismo por uma razão mais pessoal. Eles sabiam que em uma sociedade americanizada, dominada pela cultura comercial, o lugar dos filósofos e literati era marginal na melhor das hipóteses. Longe de ser o dogma por camponeses oprimidos, o ocidente reflete mais frequentemente os medos e preconceitos dos intelectuais urbanos, que se sentem deslocados em um mundo de comércio de massa" ((Buruma & Margalit 2005), p. 30).

Antes do período moderno (Renascimento), teóricos clássicos e medievais afirmavam a existência de uma teleologia universal. Tudo, incluindo o mundo humano e social, era governado por um telos interno (objetivo). Nessa perspectiva, descrever e normatizar equivalem à mesma coisa. Tudo isso chegou ao fim quando a física moderna (Descartes, Newton) negou a existência de causas finais e, portanto, negou a existência da teleologia no mundo físico. Se a ciência social deveria ser modelada nos moldes da física moderna, então não pode apelar para normas internas objetivas ou um telos.

É a mentalidade do Projeto Iluminismo que ofusca a distinção entre descrever e explicar as normas inerentes à atividade comercial, juntamente com uma crítica interna de quando não instanciamos essas normas em oposição à RSS normativa que proscree, presumivelmente, de uma posição puramente externa o que os participantes do comércio devem estar fazendo. De onde se origina essas normas externas? Essas normas externas refletem uma agenda política privada ou refletem uma estrutura social maior? Quem apreendeu corretamente essa estrutura social maior? Essa estrutura é defensável? Como assim?

Não é meu propósito denegrir a advocacia de qualquer tipo ou inibir reformas políticas, sociais e econômicas. Meu propósito é salientar que isso não é bolsa de estudos. Pode-se usar bolsa de estudos para apoiar a advocacia, mas a advocacia é mais do que bolsa de estudos, e, por si só, a bolsa não implica reformas ou agendas específicas. Engajar-se na advocacia sob o pretexto de bolsa de estudos é refletir a confusão intelectual ou a desonestidade intelectual.

Há numerosas histórias de RSE (Carroll 2008). Em relação à minha preocupação com a falácia administrativa, ofereço outra história como surgiu nos EUA (Ryan 2006). O campo da RSE era economicamente e politicamente liberal por causa de suas origens em escolas de negócios e departamentos de filosofia. No que diz respeito às escolas de negócios, ela pode ser rastreada até a Universidade da Califórnia-Berkeley na década de 1960, onde muitos dos primeiros líderes da nascente área de Negócios e Sociedade trabalharam ou foram treinados (Epstein 1999). A pesquisa se concentrou nas "responsabilidades sociais" das corporações e buscou reformas econômicas para a atenuar as desigualdades percebidas como inerentes ao capitalismo (Jones 1980).

No que diz respeito à filosofia, as "atitudes tradicionalmente hostis" dos filósofos em relação aos negócios ((Shaw 1996): 490) tornaram-se imediatamente evidentes. Eles usaram uma agenda política específica para "entender, avaliar e talvez modificar o contexto socioeconômico... Que enquadram as escolhas morais que confrontam os indivíduos", muitas vezes levando a críticas de uma perspectiva marxista ou imoral de mercado ((Shaw 1996): 496). Outros concentraram a atenção dos estudantes nas responsabilidades sociais das corporações, questionando se as empresas deveriam fazer "mais" do que maximizar os lucros.

A filosofia tem um papel específico composto por duas partes, pedagógica e cultural. O papel pedagógico está nos tornando autoconscientes, conscientes de nossos pressupostos básicos. Isso é análise; ele pode ser ensinado; e pode ser praticado fora da disciplina, da profissão e da academia. O papel cultural é a modelagem de uma narrativa que traz os pressupostos de toda uma gama de práticas culturais em algum tipo de síntese coerente. Este é um papel que tem sido único para a filosofia ou para aqueles que identificamos como grandes filósofos, embora muitos deles tenham desempenhado esse papel fora da academia.

Este segundo papel não é um papel autoritário. Um pensador individual pode optar por fazer as duas coisas. No entanto, a legitimidade das políticas derivadas da visão de forma alguma decorre do valor da visão. Outros podem, em retrospectiva, apreciar o valor e a importância e influência da visão sem endossar as políticas derivadas. Valorizamos a análise de Aristóteles sobre a polis, mas a maioria de nós escolheria não viver em uma. Engajar-se nessa atividade é oferecer uma visão, não um argumento, embora a visão possa conter argumentos dentro dela. Identificar pressupostos é diferente da aplicação desses pressupostos ou do desafio de alguns desses pressupostos à luz de outros. É um papel que reconhece a liberdade da imaginação, a autonomia de escolha e, no contexto contemporâneo, a bondade ou validade de uma associação civil. É um papel que nunca pode ser desempenhado por elites auto-alienadas e autoproclamadas que se esforçam para revelar aos outros seus respectivos papéis e crenças e ações dentro de uma associação empresarial, ou seja, uma associação com um objetivo coletivo ao qual os objetivos individuais são subordinados. Muitos membros proeminentes da profissão de filosofia são tão irrefletidamente hostis às sociedades comerciais modernas que se incapacitaram de fornecer uma visão: Rorty, MacIntyre, Blackburn, Derrida, Foucault, para citar apenas alguns. Grande parte da hostilidade de muitos intelectuais às sociedades comerciais modernas é que tais sociedades não são associações empresariais que exigem um Clérigo Hollander (Hollander 2006). A filosofia, para muitos, é a articulação de uma visão moral (uma visão alternativa) para aqueles hostis a comunidades religiosas substantivas.

Até a chamada pesquisa empírica foi contaminada por um viés. Um estudo alegou que os estudantes de graduação em administração eram esmagadoramente "egoístas utilitários" (Wood et al. 1998), e outro que os alunos de MBA eram egoístas. A suposição em ambos os estudos foi que o "egoísmo" é da variedade "subjéctiva", enfatizando maximizar a visão subjéctiva do próprio bem a curto prazo e ignorando as consequências para os outros. Este estudo, é claro, ignora outras variantes do egoísmo filosófico. Esses estudos reforçam a suposição de que os estudantes de negócios e, em última instância, os empresários, estão moralmente querendo.

O ataque mais bem sucedido do campo ao pensamento do mercado livre é a "teoria das partes interessadas", que afirma que o trabalho do executivo corporativo é equilibrar as necessidades e desejos de todos os círculos eleitorais corporativos (Donaldson & Preston 1995). Essa posição contrasta na literatura com a "teoria dos acionistas", que geralmente segue a posição de Friedmans (Friedman 1970) de que os executivos devem maximizar os lucros "dentro das regras do jogo". Ignoramos, no momento, se este é um

relato preciso de Friedman. O que precisa ser enfatizado é a reação da comunidade empresarial à teoria das partes interessadas inicialmente e posteriormente, quando os empresários tentaram aplicá-la na prática. De acordo com a Mesa Redonda de Negócios:

[1990] As corporações são fretadas para servir tanto seus acionistas quanto a sociedade como um todo. Os interesses dos acionistas são medidos principalmente em termos de retorno econômico ao longo do tempo. Os interesses para os outros na sociedade (outros stakeholders) são definidos por sua relação com a corporação....O impulso da história e da lei apoia fortemente a visão mais ampla da responsabilidade dos diretores de pesar cuidadosamente os interesses de todas as partes interessadas como parte de sua responsabilidade com a corporação ou com os interesses de longo prazo de seus acionistas. ("Governança Corporativa e Competitividade Americana", março de 1990)

[1997] A fraqueza do modelo de stakeholders é a ausência de uma função objetiva global que especifica implicitamente ou explicitamente as compensações dos gastos com vários itens, incluindo cada um dos stakeholders da empresa. Isso, por sua vez, implica que os principais gestores dessas organizações não podem ser responsabilizados por suas decisões, pois sem uma função objetiva global, não há como medir e avaliar seus performance....it deixaria o conselho sem critério para resolver conflitos entre interesses de acionistas e de outras partes interessadas ou entre diferentes grupos de stakeholders. ("Declaração sobre Governança Corporativa", Setembro de 1997, pp. 3-4).

Duas outras coisas precisam ser enfatizadas, e ambas dizem respeito a como os executivos devem equilibrar várias reivindicações. Em primeiro lugar, o conceito de "destruição criativa" de Schumpeter não é apenas um conceito econômico chamando a atenção para como o empreendedorismo em uma economia dinâmica muda constantemente o cenário econômico: o que produzimos e não produzimos; como produzimos; como organizamos produção, distribuição, marketing, financiamento, etc. Também se aplica a mudanças no mundo social que refletem mudanças no mundo econômico. Por exemplo, pense em como o crescimento econômico e a globalização levaram à maior participação das mulheres na força de trabalho. Pense novamente em como essa participação alterou radicalmente não só o local de trabalho, mas a relação entre homens e mulheres, a vida familiar, etc. Não só não conseguimos digerir essas mudanças, mas também temos que nos perguntar quais outras mudanças estão percolando ou se desenvolverão. Se assim for, como sabemos que estamos equilibrando as reivindicações agora de uma forma que evoluirá positivamente em relação aos desenvolvimentos futuros? A resposta é que não sabemos, não podemos saber, e certamente pode haver abordagens conflitantes.

Segundo, tomando a pirâmide de Archie Carroll como nosso quadro de referência, podemos querer, e eu certamente quero, desafiar a noção de que vivemos ou já vivemos ou esperamos viver em um mundo moralmente monístico. Deixe-me sugerir que vivemos em mundo moralmente pluralista (toda a história passada e eventos atuais são minhas evidências). Deixe-me sugerir que isso às vezes é uma coisa boa. Se todo o precedente é verdadeiro, então não há uma única maneira de equilibrar as reivindicações, nenhum algoritmo que possamos discernir ou ensinar.

Uma revisão acadêmica séria da literatura filosófica revelará que não há consenso sobre a resolução de disputas éticas no mais alto nível (Salomão 2006). Para começar, não é apenas o caso de haver discordâncias éticas significativas sobre questões substantivas. Muitas, se não a maioria dessas controvérsias, não parecem ser solucionáveis através de um argumento racional sólido. Mais uma vez, muitas das controvérsias dependem de diferentes compromissos metafísicos fundamentais. Na maioria das controvérsias metafísicas a resolução só é possível através da concessão de premissas iniciais específicas e regras de evidência. Mesmo quando questões metafísicas fundamentais não parecem estar em jogo, os debates se voltam para diferentes rankings do bem. A resolução não parece viável sem implorar a pergunta, argumentando em um círculo ou se engajando em regressão infinita. Não podemos apelar às consequências sem saber como classificar o impacto de diferentes abordagens no que diz respeito a diferentes interesses éticos (liberdade, igualdade, prosperidade, segurança, etc.). Também não podemos apelar para a satisfação de preferência, a menos que se já conceda como se corrigirá preferências e comparará preferências racionais versus apaixonadas, bem como calculará a taxa de desconto para preferências ao longo do tempo. Qualquer apelo aos observadores desinteressados, escolhas hipotéticas ou empreiteiros hipotéticos também não aproveitará, porque se esses tomadores de decisão estiverem verdadeiramente desinteressados, eles não

escolherão nada. Para escolher de uma forma particular, já é preciso ser equipado com um sentido moral particular ou uma teoria fina do bem. Intuições podem ser recebidas com intuições contrárias. Qualquer equilíbrio particular de reivindicações pode ser combatido com uma maneira diferente de alcançar um equilíbrio. Para apelar por orientação a qualquer relato de racionalidade moral já era preciso ter assegurado o conteúdo dessa racionalidade moral.

Gestão, Marketing, ciênciassociais e Normas

Há uma tendência equivocada particular na pesquisa de ciências sociais em geral e na pesquisa da RSE em particular para a qual eu desejo chamar a atenção. Mais uma vez, diz respeito à aparente incapacidade de alguns pesquisadores de lidar com normas em oposição aos fatos. Chamo a atenção para o seguinte resumo:

Embora pesquisas anteriores forneçam evidências significativas de que a ideologia política (ou seja, liberal ou conservadora) pode influenciar as opiniões de um indivíduo sobre papéis de gênero na vida econômica, pouco se sabe se essas visões influenciam as organizações. Neste trabalho, teorizamos por que os gestores conservadores (liberais) podem ter taxas mais altas (menores) de desigualdade de gênero na formação, promoção e rotatividade de seus subordinados, em relação a gestores moderados. Teorizamos ainda que gestores conservadores (liberais) terão menos (mais) chances de liderar as iniciativas de diversidade de sua empresa, em relação a gestores moderados. Usando novos microdados da indústria de serviços jurídicos, encontramos apoio para a maioria de nossos argumentos (Carnahan & Greenwood 2016).

Além de algumas definições confusas do que significa ser "conservador" ou "liberal", o artigo nos diz que os gestores "liberais" tendem a ser mais acomodados aos programas de diversidade, e é o oposto para os "conservadores". Precisamos de pesquisa empírica para nos dizer isso? Não é essa parte do que significa em certos contextos ser "liberal" ou "conservador"? Isto não é um achado empírico, mas uma questão de definição. Isso é como realizar uma pesquisa para determinar se todos os solteiros são homens solteiros! Esta pesquisa nos mostra que os programas de diversidade são bons ou ruins e, se assim for, em relação a quais critérios? Essa suposta pesquisa deve levar à recomendação da política da RSE de que os gestores "conservadores" devem ser demitidos? Substituído? Enviado para sessões de sensibilidade?

Ordem Espontânea

Embora eu não possa elaborar sobre isso longamente aqui, quero sugerir que o mundo social tem que ser compreendido em termos hayekianos. O mundo social não é nem um mecanismo nem orgânico. É histórico e em evolução. Dentro dela, pode-se discernir dois tipos de "ordem": ordem feita e ordem espontânea. Organizações 'Made order' exibem ordem exógena. Isso significa que uma força externa impõe ordem a uma organização. Tal ordem pode se referir à finalidade ou telos que define a ordem feita. Esta é uma ordem exógena porque o propósito envolvido é independente da ordem, em vez de ser interno ou imanente dentro da ordem. 'Ordens espontâneas' em contraste exibem ordem endógena; eles não têm um propósito externo. Nem eles têm um telos embutido.

Exemplos de ordem espontânea incluem – a economia ou a ordem de mercado, que Hayek descreve como um procedimento de descoberta; o sistema jurídico de direito comum, que leva à descoberta de regras imanentes dentro da prática social; toda a ordem social ou estendida, que na forma wittgensteiniana permite que os alunos iniciantes se tornem praticantes linguísticos mestres, iniciando-os em nossa forma compartilhada de vida.

Nenhuma quantidade de pesquisa nos permitirá antecipar, conciliar conflitos dentro ou planejar a construção de "uma ordem econômica racional" (Hayek 1945). Para isso, precisaríamos (1) de conhecimento perfeito por parte dos planejadores econômicos, (2) a capacidade de definir, sem referência aos entendimentos dos atores econômicos individuais e seus contextos, uma hierarquia objetiva de preferências e (3) a capacidade de determinar os valores relativos de todos os meios e fins disponíveis para os planejadores(s). A complexa reivindicação de perfeito conhecimento inclui dentro dele uma pretensão de conhecer tanto o arranjo adequado de todo esse conhecimento, quanto a relação entre quaisquer duas peças de conhecimento, de tal forma que é possível derivar, com base nesse conhecimento, todos os possíveis resultados de equilíbrio para qualquer conjunto de insumos e possíveis saídas. A questão da relevância está ligada à metafísica. Somente se a estrutura do mundo for espelhada com precisão nas regras de dedução lógica é concebível que qualquer mente ou grupo de mentes possa saber o que é conhecimento

e não é relevante para um determinado plano. Além disso, a totalidade dos possíveis resultados dos diferentes usos que poderíamos fazer desses insumos teria que ser dedutível da natureza dos próprios insumos. Uma vez que conhecemos as propriedades dos insumos individuais, as propriedades de todas as combinações possíveis de entradas também são dedutíveis, pelo menos em princípio. A segunda exigência da construção de uma ordem econômica racional é a capacidade de definir, sem referência aos entendimentos dos atores econômicos individuais e seus contextos, uma hierarquia objetiva de preferências. Isso requer cálculo baseado não apenas em um determinado sistema de preferências, mas também na possibilidade de deduzir racionalmente o curso correto de ação das condições sob as quais o planejamento deve ocorrer. A primeira dimensão dessa exigência equivale ao pressuposto de preferências estáveis e transitivas, que são articuladas na íntegra e antes da escolha e da ação e que não são afetadas pelas circunstâncias particulares dos agentes individuais. Por fim, precisaríamos da capacidade de determinar os valores relativos de todos os meios e fins disponíveis ao planejador na ausência de instituições e processos de mercado. Como deveria ser óbvio, isso também exige que a ordem em questão seja entendida como uma ordem telecrática, dentro da qual existe concordância sobre quem tem autoridade para decidir em casos individuais que curso de ação os membros seguirão. Diante dessas informações, é possível, em princípio, saber quais fins são mais valiosos e decidir quais meios usar em busca dessas extremidades. Claro, nada disso é possível.

Responsabilidade do Consumidor

A própria semântica da expressão RSE carrega consigo a presunção de que as corporações têm responsabilidades, principalmente para os consumidores, mas também para os outros. E as responsabilidades dos consumidores? Uma rápida busca da categoria de responsabilidade do consumidor traz à tona uma série de artigos sobre, você adivinhou, o que as corporações devem aos consumidores ou como os consumidores veem a RSE. É quase impossível encontrar muita literatura do que devemos esperar dos próprios consumidores. A única exceção parece ser alguns artigos sobre como os consumidores podem contribuir para políticas sociais de lidar com a poluição ou investimento privado. Isso levanta duas questões: Primeiro, há necessidade da categoria de responsabilidade do consumidor? Em segundo lugar, se a resposta para a pergunta anterior é sim, então por que há tão pouco trabalho sobre esta questão?

Sugiro que a necessidade da categoria de responsabilidade do consumidor seja importante. Para entender isso, vejamos o conceito do Projeto Tecnológico (Capaldi 2004), a transição filosófica da visão de que a humanidade deve se conformar com a ordem natural à visão de que a humanidade transforma a natureza para se adequar à conveniência humana, ou nas palavras de Descartes de que estamos aqui para nos tornarmos mestres e possuidores da natureza. É o Projeto Tecnológico em conjunto com a economia de mercado que levou à criação de produtos e serviços (destruição criativa de Schumpeter) que transformaram tanto o mundo físico quanto o social a tal ponto que em uma era de globalização agora dividimos o mundo em economias desenvolvidas e em desenvolvimento. Adicione a isso o humor associado a histórias sobre pessoas mais velhas não saberem usar a tecnologia mais recente. Em suma, temos um enorme problema dos consumidores confrontados com produtos, serviços e escolhas para as quais eles parecem mal equipados. Existem consumidores que não sabem usar produtos de forma responsável? Se sim, de quem é a responsabilidade de lidar com esse problema?

Existem várias respostas imediatas projetadas para desarmar esta categoria. Em primeiro lugar, argumenta-se que o Projeto Tecnológico é o próprio culpado e que a humanidade deve abraçar a visão de mundo do GAIA e cessar e desistir imediatamente do uso dos produtos e serviços do Projeto Tecnológico. Não acho que isso vá acontecer porque (a) há sérios problemas intelectuais com a hipótese do GAIA, (b) precisamos do Projeto Tecnológico para promover a conscientização das questões ambientais, e (c) principalmente é tarde demais para rejeitar o Projeto Tecnológico porque a modernidade está comprometida com a fé na tecnologia – ou seja, assumimos e agimos com o pressuposto de que a tecnologia futura resolverá os problemas criados pela tecnologia mais antiga. Assim, por exemplo, a criação de carros sem motorista nos permitirá superar os hábitos irresponsáveis de condução de alguns motoristas. Isso, por sua vez, criará um novo conjunto de problemas – por exemplo, o mau funcionamento dos computadores que direcionam esses carros. Um profundo olhar sobre o mundo moderno revelará que é tarde demais para

voltar. Há uma diferença significativa entre o engajamento responsável com o meio ambiente e a rejeição por atacado do Projeto Tecnológico.

Uma segunda resposta imediata é, como de costume, ver os consumidores como produtos passivos de seu ambiente e (b) transferir a responsabilidade para as corporações, ou seja, mais RSE. As empresas devem ser obrigadas a fornecer mais informações sobre produtos ou imprimir cada vez mais rótulos de aviso ou patrocinar comerciais alertando sobre o uso indevido de produtos. A clara dificuldade com essa solução, além do fato de não ter parecido eficaz, é que todos nós estamos sobre a sobrecarga de informações de tal forma que mais informações sendo produzidas leva a menos informações sendo digeridas. Podemos acrescentar a isso que muitos consumidores estão plenamente cientes dos perigos de usar um produto indevidamente, mas o fazem de qualquer maneira. Há sempre a versão americana da RSE de permitir que as vítimas e até mesmo os autores do uso indevido deliberado dos produtos processem a empresa que produz o produto. Por exemplo, existem inúmeros exemplos de jurados dos EUA que impõem danos às empresas mesmo quando essas empresas colocam etiquetas de advertência em produtos e vão tão longe quanto inibir mecanicamente o uso indevido (e o usuário desativa o dispositivo de segurança)! Isso não só leva a custos de seguro mais altos e, assim, a impor custos adicionais a outros consumidores, mas à remoção de produtos valiosos do mercado.

A objeção mais grave a esses recursos propostos é que eles criam um risco moral. O Projeto Tecnológico tornou o mundo melhor, mas mais complicado. Podemos ou devemos esperar que o governo e organizações comerciais ou empresas privadas sozinhos nos salvem de nós mesmos? Não é hora de se concentrar tanto em educar os consumidores e exigir mais deles em troca? Há casos em que é de vital importância colocar o ônus sobre o consumidor?

Consumidores and Medical Technology: A Case inpoint

Existem muitos produtos e tecnologias farmacêuticas experimentais que poderiam possivelmente salvar ou melhorar vidas. Esses produtos não ajudam a todos e, em alguns casos, representam um risco considerável. É por isso que essas tecnologias médicas ainda estão em vários estágios de desenvolvimento e testes.

Quem deve decidir se deve ou não empregar esses produtos experimentais? Médicos? O governo? Pessoal farmacêutico da RSE? Não faria mais sentido que os pacientes aceitem a responsabilidade final de decidir sobre o uso desses produtos? Isso também não seria um benefício voluntário para os experimentadores?

A Economia of CSR Custos de Transação Social

Toda empresa lida com custos de transação política e social. Os custos de transação política são uma das razões pelas quais as empresas, e até mesmo indústrias inteiras, empregam lobistas. A RSE é um exemplo de custo de transação social. A RSE neste contexto significa atender interesses sociais sem remuneração direta, mas que é consistente e indiretamente serve ao valor do investidor de longo prazo. Há outra razão para levar isso a sério, ou seja, muitas vezes ofusca o papel da gestão, que é olhar para um macroclítulo que inclua mais do que mercados. A maior parte da literatura da RSE não aborda a questão econômica de como medimos o valor da RSE em oposição à perda de recursos que poderiam ter sido utilizados para outros fins, incluindo contribuições de caridade por parte dos acionistas. Se há necessidade de um estudo empírico, deve ser para determinar de alguma forma se abordar questões sociais é melhor feito diretamente por empresas ou por filantropia privada. Esta é uma questão que contrasta as abordagens dos EUA a partir de abordagens da U.E. Devemos também mencionar que nos EUA temos oficiais corporativos da RSE focados na elaboração de procedimentos para proteger a todos, mas especialmente a empresa de ações legais, seja por parte do governo ou de processos frívolos.

Virando asmesas

A RSE, como tradicionalmente entendida, opera em duas áreas: (1) reformar o local de trabalho e (2) ajudar a abordar questões sociais maiores que não se limitam ao ambiente econômico e de trabalho maior.

Vamos abordar a segunda área primeiro. A maioria de nós assume que a RSE vai em apenas uma direção, ou seja, o que as empresas podem fazer para organizações sem fins lucrativos, conforme definido pela indústria sem fins lucrativos (estudiosos da RSE e outros). Pelo contrário, devemos considerar até que ponto os líderes empresariais podem, podem e devem ter um papel vital na formulação de políticas públicas

ou na reforma de organizações sem fins lucrativos, como as universidades? Ser solicitado a contribuir para a resolução de questões sociais maiores implica participar do debate sobre quais são exatamente essas questões, como as questões devem ser diagnosticadas e como prescrever para elas. Os líderes empresariais podem, por vezes, estar em uma posição melhor para contribuir com essa discussão do que os acadêmicos?

Aqueles predispostos a serem hostis aos mercados vêem a RSE como uma forma de transferir os custos da política social para o setor privado diante da rebelião dos contribuintes. Muitas vezes, eles assumem que eles pessoalmente determinarão as políticas de RSE e que as empresas comerciais, então, pagarão a conta. Podemos argumentar que o que realmente precisamos é que a comunidade empresarial se envolva mais ativamente na definição de problemas sociais e na formulação e implementação de remédios. A comunidade empresarial pode ser uma forma de ARSR defender o desfinanciamento de universidades que promovem a ignorância e a hostilidade aos mercados? Poderia procurar (como aparentemente é o caso agora) rever universidades e outras instituições educacionais e de pesquisa do ponto de vista de um negócio? Especificamente, quais são os objetivos, como eles são perseguidos, quais são os custos e benefícios, avaliando professores e estudiosos sobre sua produtividade? Resumindo, por que assumir que os acadêmicos são os melhores juízes do mundo acadêmico? Afinal, os acadêmicos assumem que são os melhores juízes do mundo comercial, assim como tudo mais. Além do apelo ao Projeto Iluminismo e à expertise em tecnologia social, não vejo como os acadêmicos podem responder a essa questão afirmativamente.

Em relação à primeira área, A RSE na operação interna da empresa, as empresas devem educar os funcionários e suas famílias sobre por que o negócio opera da maneira que funciona em uma economia de mercado? Eles devem insistir em contratar MBA's apenas se eles completaram um programa que seja pró-mercado e pró-crescimento? Eles deveriam educá-los (e dar dinheiro às escolas de negócios) para explicar os males da corrupção e do capitalismo/socialismo de compadrio?

Outra sugestão é incentivar as empresas a incentivar diretores, funcionários e acionistas a contribuir para filantropias ou organizações sem fins lucrativos que se concentrem exclusivamente no enfrentamento de problemas sociais. Em vez do dinheiro da empresa e do capital humano, que podem estar focados na produção de produtos e serviços rentáveis, incentivamos o desenvolvimento do capital espiritual por parte dos indivíduos a contribuir com seu próprio dinheiro pessoal, tempo livre voluntário e experiência pessoal para abordar questões sociais e expandir a produtividade da economia de mercado. Não precisamos compartilhar a mesma ideologia para contribuir com isso. Não precisamos prejudicar a posição competitiva de uma empresa para fazer isso.

Algo próximo do que tenho em mente foi identificado por Tierney (Tierney 2006).

"... Para uma nova geração de empreendedores, não há conflito entre capitalismo e compaixão.... O filósofo do movimento é John Mackey, o co-fundador da Whole Foods. Mackey é um ambientalista apaixonado, um defensor dos direitos dos animais, um promotor do desenvolvimento sustentável — e um auto-proclamado libertário.... "As corporações estão tirando bilhões de pessoas da pobreza", diz ele. "Por que eles são tão odiados?" A resposta de Mackey é que o capitalismo tem um problema de marca: seus praticantes são especialistas em comercializar tudo, exceto seu próprio sistema.... Mackey....acha que empresas socialmente conscientes como a Whole Foods floresceram porque seus fundadores, funcionários e clientes querem que uma empresa tenha objetivos maiores do que enriquecer acionistas....Antes de levar a empresa a público, ele disse aos investidores que ia dedicar 5% dos lucros à filantropia, então eles não podem reclamar agora que ele está roubando-os....É inteligente dos fundadores do Google tentar usar ferramentas capitalistas para salvar o planeta; a disciplina do mercado deve impedir sua filantropia de apoiar muitas causas perdidas."

CONCLUSÃO

CSR imaginativo em tele desenvolvendo mundo

Empresas multinacionais podem coordenar esforços para expor e se opor à corrupção. Eles podem divulgar pesquisas que já estão sendo conduzidas por bancos de investimento sobre quais países têm líderes que estão promovendo o crescimento, e que não são. Devemos calcular os custos do sofrimento humano impostos pela demora na implementação da verdadeira economia de mercado, e identificar indivíduos e grupos facilitando e defendendo o atraso. Por exemplo, também poderíamos fazer uma lista dos 10 piores programas de RSE que se envolvem em cosméticos e não substância (por exemplo, Starbucks, Body Shop, etc.). Há muito mais a ser feito.