

CAPITOLUL 1

FUNDAMENTELE ETICII ȘI NATURA AFACERILOR

1.1. Precizări terminologice: etica și morala

Termenul de *etică* provine din grecescul *ethos*¹, care înseamnă caracter sau obișnuință, datină. Termenul de *morală* ne parvine de la latini și semnifică aproape același lucru. Cicero este cel care traduce *ethos* în latină prin *mores*, adică moravuri, obiceiuri². Astăzi noi folosim cuvântul *ethos* referindu-ne la atitudini, caracteristici, obiceiuri ce sunt specifice unei culturi sau popor sau grup uman (ca în exemplele: „etosul francez”, „etosul american” sau „etosul afacerilor” – *the business ethos*). În timp s-a statornicit următoarea distincție: etica este *disciplina teoretică* prin care se studiază fie precumpănitor ideile de Bine, Rău, Datorie, Dreptate etc. (acestea sunt denumite, în genere, *etici filosofice*), fie atitudinile, caracterele, datinile, adică *moralitatea* oamenilor³. Pe scurt, de la elini s-a moștenit termenul care desemnează *teoria*, iar de la romani ne-a rămas termenul care reprezintă *obiectul* cercetat de respectiva teorie. Oricum, după cum observă unul dintre autorii care au impus ideea de etică în afaceri (*business ethics*, Robert C. Solomon⁴), etimologia *eticii* sugerează semnificațiile de bază: a) *caracterul individual*, incluzând aici ceea ce înseamnă să fii „o persoană bună” și b) *normele* sociale care guvernează și limitează comportarea noastră, în special cele referitoare la ceea ce este bine și ceea ce este rău (pe care noi le numim *moralitatea*)⁵.

Astfel, destui filosofi disting *etica* de *morală*, în acest fel: *morală* se referă la comportamentul uman văzut prin prisma valorilor (de bine și rău, drept-nedrept etc.), iar *etica* se referă la studiul a tot ceea ce intră în această arie a valorilor și normelor morale *în acțiune*. În limbajul obișnuit, cei doi termeni sunt adeseori interșanjabili când descriem oameni pe care-i considerăm buni și acțiunile lor *morale, corecte*. De asemenea, termenii *anetic* și *imoral* sunt sinonimizați atunci

când descriem anumite *persoane rele* sau când spunem că acțiunile lor sunt *imorale*⁶.

În orice caz, se admite în mod curent faptul că etica generală sau filosofia morală se compune din trei domenii sau nivele: a) *eticile de gradul I* sau etica valoric-normativă (studiul marilor teorii și doctrine etice); b) *eticile de gradul II* sau meta-etica (studiul limbajului moral, atât al celui utilizat de eticile de gradul I, cât și al limbajului comun); c) *eticile aplicate* (analiza unor fenomene sau cazuri morale particulare (avortul, eutanasia, clonarea sau problemele mediului, afacerilor etc.) prin intermediul criteriilor și teoriilor propuse de eticile de gradul I și/sau II. Această diviziune a gândirii etice nu este însă împărtășită unanim de toți teoreticienii. Astfel D. McNaughton în *Moral vision* (1988) propune următoarea diviziune: „în primul rând, avem *etica practică*, adică studiul problemelor morale specifice, de tipul: «este avortul acceptabil din punct de vedere moral» sau «ce structuri am putea găsi într-o societate absolut dreaptă ?». În al doilea rând, avem *teoria morală*, adică tentative de a dezvolta o teorie a moralității care să ne furnizeze o metodă generală pentru a răspunde la toate întrebările morale particulare care se ridică în etica practică. În al treilea rând, avem problemele legate de natura și statutul gândirii noastre morale, care ridică interogații de tipul: «există adevăruri morale ?», «este posibil să arătăm că o anumită viziune morală e mai bună decât alta ?». Reflecția despre statutul gândirii morale este numită *meta-etică*, pentru a o distinge de *etica practică* și, de asemenea, de *teoriile morale tradiționale propriu-zise*”.⁷

Pe de altă parte, John Donaldson (*Key Issues in Business Ethics*, 1989), consideră că, oriunde am plasa etica în afaceri (fie în cadrul *eticii aplicate*, fie în *morală practică*), până la urmă se impun pentru acest domeniu cinci tipuri de analiză: 1. evidențierea și analiza cazurilor de imoralitate în afaceri; 2. studiul empiric al practicilor în afaceri; 3. clarificarea termenilor de bază și lămurirea presupuzițiilor neacoperite din punct de vedere etic din sfera afacerilor; 4. problemele meta-etice (cum ar fi cele legate de statutul moral al unor entități precum corporațiile); 5. obligațiile corporațiilor multinaționale care funcționează în țările subdezvoltate.

Dincolo de aceste distincții însă, ceea ce este important este faptul că majoritatea autorilor au ajuns la concluzia că disciplina teoretică ce își ia ca obiect de studiu morală din afaceri poate fi numită, perfect justificat, *etica în afaceri*. Oricum, în acest context merită să amintim doi autori, recentți, Jérôme Ballet și Françoise de Bry (2001), care propun explicații subtile și pentru alegerea formulei *etica în afaceri* și nu *morală afacerilor*, cât și pentru sensurile dominante ale

celor două noțiuni, *etică* și *morală*, așa cum s-au conturat acestea în întreaga istorie a gândirii occidentale. Astfel, se consideră că „morală a lăsat primul loc eticii și pentru motive *mediatice*⁸ (*morală* este ceva care „fie este prea dogmatică”, fie este „perimată” și „relativă”, în timp ce *etica* este ceva impersonal, obiectiv, constant).

Tabloul de mai jos dă seama de aceste distincții.

Tabloul I. Etica și morală

	ETICA	MORALA
Etimologie comună	ethos în greacă, mores în lat = moravuri, cutume, comportament	
Definiție originală	greacă: reflecție care ghidează acțiunea umană	latină: impusă prin drept
Caracteristici	<i>Fundament</i> : libertatea judecării și a acțiunii	<i>Fundament</i> : cod social = ansamblu de reguli la care trebuie să te supui pentru a fi admis într-o societate = evidență morală
	<i>Ipotetic</i> (ipoteză care determină acțiunea)	<i>Imperativ</i> categoric (datoria)
	Tu poți, tu nu poți	Trebuie, nu trebuie
	<i>Termen lung</i>	<i>Imediat</i>
	Bazându-se pe experiență	Reguli care sunt impuse tuturor
	<i>Laică</i>	<i>Teocentrică</i>
	Distincția între <i>bun și rău</i> și acțiunea în funcție de ceea ce se consideră bun	Distincția între <i>bine și rău</i> și acțiunea în funcție de ceea ce se consideră, <i>conform</i>
	Căutarea fericirii care culminează în <i>înțelepciune</i>	Căutarea virtuții care culminează cu sfințenia
	<i>Relativ</i>	<i>Absolut</i>
	Accesibil omului	Inaccesibil omului
	<i>Cum trebuie să trăiesc?</i>	<i>Ce trebuie să fac?</i>
	Valoare <i>singulară</i> de norme	Valoare <i>universală</i> a normelor
	Fenomen	Noumen
	Intenția este primordială	Discuție asupra finalității
	Dă un sens lucrurilor pe care le fac prin alegerile făcute (valori, priorități)	Sens impus
	<i>Rațional</i>	<i>Rezonabil</i>
	Pervertire; egoismul	Pervertire: fanatismul [după Jérôme Ballet et Françoise de Bry, <i>L'entreprise et l'éthique</i> (2001), p. 30]

Acest tablou poate fi rezumat prin formula percutantă a lui André Comte-Sponville: „*morală comandă, etică recomandă*”. Un punct de vedere mai nuanțat ne oferă Paul Ricoeur (1991), care consideră că totuși morală și etică nu pot fi dissociate cu totul: „propun să se facă distincția între etică și morală și să fie desemnat prin morală tot ceea ce, în ordinea binelui și răului, se referă la legi, norme, imperative”.⁹ Ceea ce apropie și leagă etică de morală sunt *intenția* și *scopul* etic; acestea precedă, după părerea lui, noțiunea de lege, de imperativ moral. În fapt, „vom numi scop etic, scopul unei vieți bune *cu* și pentru *celălalt*”. Iată ce propune Paul Ricoeur în lucrarea *Soi-même comme un autre* (1990).

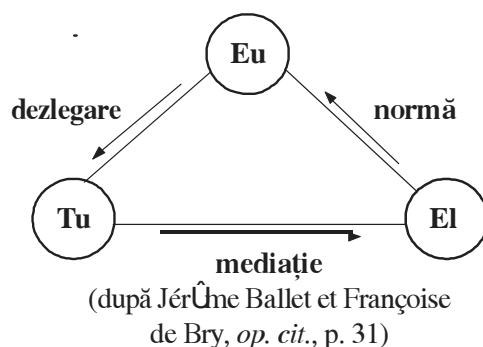


Figura 1 – Cei trei poli ai eticii

Triunghiul de bază al eticii este compus din *Eu*, *Tu*, *El*. În primul stadiu, notează Ricoeur, eu cred în libertatea mea: „*fac ce pot și pot ce sunt*”: act de smulgere, de afirmare a puterii de a fi, stima față de sine. Dar, în fapt, intrăm cu adevărat în etică atunci când ne afirmăm și propria voință, și libertatea *celuilalt*: *act de dezlegare*. Etica se naște, prin urmare, din această *depășire*: să faci în așa fel încât „libertatea celuilalt să fie asemeni libertății mele”. În termenii felului în care *ar trebui* să fie *relațiile* dintre oameni, în afaceri și întreprinderi, aceasta înseamnă: *necesitatea de a inspira încrederea celorlalți*. În fond, nu trebuie uitat niciodată că „celălalt este semenul meu”. După Ricoeur, polul *El* „califică mediația regulii”. „Predicatul etic (justiție, egalitate, fraternitate) constituie un pol distinct de *Eu* și *Tu*, de unde o *mediație* prin *regulă* între cele două libertăți. *Pentru ce se petrec lucrurile astfel?*, se întreabă eticianul francez. Pentru că fiecare, atunci când se naște, găsește o situație deja „marcată din punct de vedere etic”. *Eu* nu sunt, niciodată, la începutul regulii. Cum se aplică această idee pentru relațiile de

CUPRINS

<i>INTRODUCERE</i>	5
PARTEA I. ETICA – TEORIE ȘI APLICAȚII	11
Capitolul 1. FUNDAMENTELE ETICII ȘI NATURA AFACERILOR	13
1.1. Precizări terminologice: etica și morala	13
1.2. Ce este etica în afaceri ?	17
1.3. De ce este importantă astăzi etica în afaceri ?	23
1.4. Bunul-simț și scandalurile mediatiche	27
1.5. Etica în afaceri ca etică aplicată	31
1.6. Momente semnificative în istoria eticii în afaceri; mituri și metafore ...	34
1.7. Niveluri ale eticii în afaceri și concepte principale	38
1.8. Categoriile de probleme	41
1.9. De la „etica dialogului” (germană) la „școala critică” (franceză)	47
Note	50
Capitolul 2. NORMELE MORALE	57
2.1. Spațiul moralității	58
2.2. Convenția normalității	64
2.3. Ce sunt normele ?	67
2.4. Norme și libertate	69
2.5. Structura normelor	70
2.6. Relevanța etică a moravurilor	73
2.7. Reguli morale și „porunci” religioase	75
2.8. Reguli morale și prescripții juridice	78
2.9. Reguli morale și instrucțiuni tehnice	82
2.10. Specificul normelor morale	83
2.11. Principiile morale	84

2.12. Standardele morale și afacerile	87
Note	93
Capitolul 3. VALORILE MORALE	97
3.1. Valorile morale. Generalități	99
3.2. Subiectivismul	102
3.3. Materialismul	104
3.4. Relativismul	107
3.5. Universalismul	109
3.6. Specificul valorilor morale	112
3.6.1. Sinonimia dintre Bine și valorile morale pozitive	114
3.7. Competența etică. Treptele conștiinței morale	116
3.8. Formarea conștiinței morale și etica afacerilor	122
3.9. Treptele conștiinței morale și nivelele judecății etice în afaceri	130
3.10. Consistența etică	132
3.11. Obiecții față de relativismul etic	134
3.12. Convingerea morală	138
3.13. De la virtute la rutina morală	144
Note	149
Capitolul 4. DE LA ÎNCLINAȚII PSIHOLOGICE	
LA ATITUDINI MORALE	157
4.1. Suportul psihologic al valorilor morale	157
4.2. Invidia	159
4.3. Compătimirea	164
4.3.1. Indiferența și cinismul	169
4.4. Omenia	173
4.5. Sinceritate și bună-credință	178
Note	184
Capitolul 5. TEORII ETICE STANDARD	187
5.1. Tipuri de concepții morale. Generalități	188
5.2. Etica virtuților	195
5.3. Utilitarismul	200
5.4. Etica datoriei	207
5.4.1. Deontologismul kantian în contextul afacerilor	213

5.5. Obiecții și alternative	219
Note	223
Capitolul 6. FERICIREA ȘI SUCCESUL	227
6.1. Fericirea – între dorințe și prescripții	227
6.2. Succesul	245
6.3. Mediocritatea. Omul mediocru	252
6.4. Sensul vieții	256
Note	261
PARTEA A II-A. AFACERILE – FENOMEN ȘI IMPLICAȚII	267
Capitolul 1. VALORILE MORALE ÎN DEMOCRAȚIE	
ȘI ETOSUL AFACERILOR	269
1.1. Nucleul moral al idealului democratic	269
1.2. Capitalism și moralitate	281
1.3. Etosul spiritului întreprinzător	284
1.4. Capitalism moral și etică în afaceri	286
Note	289
Capitolul 2. COMPETIȚIE ȘI COOPERARE	293
2.1. Egoismul îngust	294
2.2. Dileme sociale și teoria jocurilor strategice	296
2.3. Egoismul „luminat”	303
2.4. Natura cooperantă a afacerilor	305
2.5. Relevanța teoriei virtuții pentru etica afacerilor	311
2.6. Moralitate elementară și cooperare ca soluție la probleme de tip Dilema Prizonierului	321
2.7. Reciprocitate și contract social	325
Note	327
Capitolul 3. AFACERILE ÎN PERSPECTIVĂ MICROECONOMICĂ	
INTERESUL RAȚIONAL	331
3.1. Ce nu sunt afacerile	331
3.2. Ce este o „afacere” ?	337
3.3. Afacerile în perspectivă microeconomică	340
3.4. Interesul rațional	347

3.5. Valori și principii ale eticii în afaceri	349
Note	353
Capitolul 4. AFACERILE ÎN PERSPECTIVĂ MACROSOCIALĂ	
INTERES ȘI RESPONSABILITATE SOCIALĂ	355
4.1. O perspectivă contractualistă asupra afacerilor	357
4.2. Ce este o corporație ?	360
4.4. Teoria participativă a firmei	375
4.5. Răspunderea corporațiilor: firma ca actor „politic”	380
4.6. Concluzii și consecințe	386
Note	387
Capitolul 5. AFACERILE ȘI RESPONSABILITATEA MORALĂ	
5.1. Fundamentele filosofice ale responsabilității	389
5.2. De la responsabilitatea față de Celălalt la conceptul modern de responsabilitate socială a organizării	397
5.3. Judecata de responsabilitate și condițiile necesar pentru ca o persoană să fie considerată responsabilă	404
5.4. Responsabilitatea corporației	408
5.5. Încredere și interes	421
5.5.1. Efectele încrederii și părțile interesate	425
5.6. Profitul și acțiunea morală	429
5.6.1. Profitul optim și comportamentul etic	431
5.7. Business Ethics și modele de responsabilitate morală	444
5.8. Mutații semnificative în evoluția ideii de responsabilitate	452
5.8.1. Responsabilitatea și actuala criză	454
Note	457
Capitolul 6. GLOBALIZARE ȘI SUSTENABILITATE	
6.1. Globalizarea ca obiect de dispute ideologice	467
6.2. Globalizarea ca temă de reflecție teoretică	475
6.2.1. Ce nu este globalizarea	475
6.2.2. Ce este globalizarea	476
6.3. Relevanța globalizării pentru etica în afaceri	478
6.3.1. Aspecte culturale	478
6.3.2. Aspecte legale	480
6.3.3. Răspunderea corporațiilor	480

6.4. Sustenabilitatea dezvoltării economice globale	481
6.4.1. Triplul bilanț	486
6.4.2. Perspectiva ecologică.....	487
6.4.3. Perspectiva economică	488
6.4.4. Perspectiva socială	489
6.4.5. Implicații ale sustenabilității eticii în afaceri	489
Note	491
PARTEA A III-A. ETICA ȘI AFACERILE	493
Capitolul 1. AFACERI ȘI ACȚIONARI	495
1.1. Acționari și manageri	497
1.2. Două modele de implicare a acționarilor în capitalizarea corporațiilor	501
1.2.1. Natura deciziilor etice în management	503
1.3. Dileme și responsabilități etice ale acționarilor	509
1.3.1. Răspunderea conducerii executive față de acționari	511
1.3.2. Fuziuni, achiziții, privatizări	517
1.3.3. Piețele financiare și avantajul informațiilor privilegiate	520
1.4. Acționarii și piețele financiare globale	524
1.5. Responsabilizarea morală a investitorilor	527
1.5.1. Acționari militanți	527
1.5.2. Investițiile etice	528
Note	530
Capitolul 2. AFACERI ȘI CONSUMATORI	531
2.1. Consumatorii: stăpâni sau victime ?	532
2.1.1. Cerințe ale consumatorilor cu costuri morale	534
2.1.2. Costuri comerciale ale protecției consumatorilor	539
2.1.3. Protecția consumatorilor – aspecte necontroversate	541
2.2. Probleme etice în politica de marketing	543
2.2.1. Calitatea și siguranța produselor	543
2.2.2. Comunicarea publicitară	545
2.2.3. Politica de prețuri	553
2.3. Probleme etice în strategia de marketing	558
2.3.1. Consumatori vulnerabili	558
2.3.2. Consumatori excluși	560
2.4. Responsabilizarea etică a consumatorilor	561
Note	566

Capitolul 3. AFACERI ȘI ANGAJAȚI	567
3.1. Rolul și poziția angajaților în economia de piață	568
3.1.1. Piața românească a forței de muncă: trecut și prezent	569
3.1.2. Angajații – o categorie aparte de stakeholders	573
3.1.3. „Resurse umane” și respectul față de individ	576
3.2. Drepturi morale ale angajaților	579
3.2.1. Dreptul la muncă	579
3.2.2. Dreptul la un salariu echitabil	580
3.2.3. Dreptul la condiții de muncă adecvate	585
3.2.4. Dreptul la discreție față de viața privată	587
3.3. Obligații morale ale angajaților	593
3.3.1. Loialitate și moralitate	595
3.3.2. Whistle-blowing	596
3.4. Corectitudinea relațiilor dintre angajați	599
3.4.1. Forme de discriminare a angajaților	601
3.4.2. Hărțuirea sexuală	606
3.5. Decizii morale cu care se confruntă angajații	611
3.5.1. Obligațiile către firmă și conflicte de interese	611
3.6. Practica dezvăluirilor demascatoare și implicațiile sale morale	615
Note	621
Capitolul 4. CODIFICAREA ETICII ÎN AFACERI SAU DE LA INFORMAL LA FORMAL ÎN NEVOIA DE REGLEMENTARE MORALĂ	625
4.1. Instituționalizarea eticii în corporații	628
4.2. Codurile etice în lume	631
4.3. Aplicarea și limitele codului etic în sfera afacerilor	646
4.3.1. Punctele tari și punctele slabe ale codului etic	647
Note	649
Capitolul 5. ETICA AFACERILOR INTERNAȚIONALE	653
5.1. Relativismul cultural	655
5.1.1. Perspective culturale asupra contractelor comerciale	658
5.1.2. Cultura și etica în afaceri	664
5.1.3. Definirea și tipologia culturilor naționale	666
5.1.4. Alte trăsături culturale	671
5.1.5. Pericolele potențiale ale relativismului cultural pe plan etic	673
5.2. Problema etică fundamentală în afacerile internaționale	675

5.2.1. Costurile sociale și individuale ale corupției	676
5.3. Dileme etice în afacerile internaționale	682
5.3.1. Probleme etice legate de forța de muncă	683
5.3.2. Probleme etice privind calitatea și siguranța produselor	685
5.3.3. Probleme etice privind protecția mediului	686
5.4. Principii de bază ale eticii în afacerile internaționale	687
5.5. Dileme etice pentru companiile multinaționale	688
Note	690
 Capitolul 6. ETICA AFACERILOR ÎN PERIOADA „POSTMORALISTĂ” ...	693
6.1. De la etica tradițională la etica post-modernă	693
6.2. Mutații valorice	697
6.3. Provocări ale bioeticii	701
6.4. Valoarea vieții și „condițiile existenței fericite”	707
6.5. Competența comunicațională și etica responsabilității	710
Note	717
 Capitolul 7. ETICA ÎN POLITICĂ – O CONDIȚIE FAVORIZANTĂ PENTRU INSTITUIREA ETICII ÎN AFACERI	723
7.1. Câteva clarificări conceptuale	723
7.2. Eterogenitatea tradițiilor morale și politice	725
7.3. Standardele morale și viața politică	728
7.4. Mituri și metafore stăruitoare cu privire la etica în politică	732
7.5. Deontologie și politică. Nevoia de etică în viața politică	737
7.6. Nivelurile judecății morale și relevanța acestora pentru acțiunea și gândirea politică	742
7.7. Opt reguli cruciale pentru gândirea etică în afaceri	744
Note	747
 Capitolul 8. SITUAȚIA MORALĂ ELEMENTARĂ ȘI ÎNCEPUTUL ETICII ÎN AFACERII	749
Note	756
 ÎNCHEIERE	757
 BIBLIOGRAFIE	761

