

# CAPITOLUL 1

## FUNDAMENTELE ETICII ȘI NATURA AFACERILOR

### 1.1. Precizări terminologice: etica și morala

Termenul de *etică* provine din grecescul *ethos*<sup>1</sup>, 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, obiceiuri<sup>2</sup>. 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* oamenilor<sup>3</sup>. 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. Solomon<sup>4</sup>), 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*)<sup>5</sup>.

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 sinonimizati atunci

când descriem anumite *persoane rele* sau când spunem că acțiunile lor sunt *imorale*<sup>6</sup>.

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*”.<sup>7</sup>

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

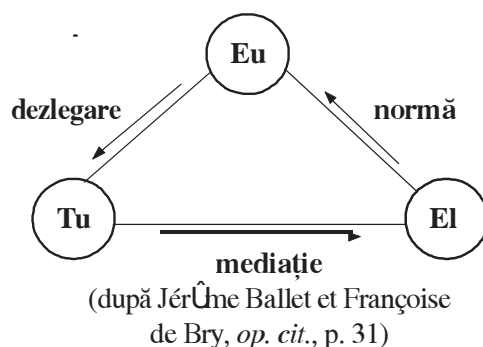
celor două noțiuni, *etică* și *morală*, așa cum s-au conturat acestea în întreaga istorie a gândirii occidentale. Astfel, se consideră că „morală a lăsat primul loc eticii și pentru motive *mediatice*<sup>8</sup> (*morală* este ceva care „fie este prea dogmatică”, fie este „perimată” și „relativă”,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

Tabloul de mai jos dă seama de aceste distincții.

**Tabloul I. Etica și morală**

	<b>ETICA</b>	<b>MORALA</b>
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”.<sup>9</sup> Ceea ce apropie și leagă etica 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
<b>PARTEA I. ETICA – TEORIE ȘI APLICAȚII</b> .....	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 mediaticice .....	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
<b>Capitolul 3. VALORILE MORALE .....</b>	<b>97</b>
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
<b>Capitolul 4. DE LA ÎNCLINAȚII PSIHOLOGICE LA ATITUDINI MORALE .....</b>	<b>157</b>
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
<b>Capitolul 5. TEORII ETICE STANDARD .....</b>	<b>187</b>
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
<b>Capitolul 6. FERICIREA ȘI SUCCESUL .....</b>	<b>227</b>
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
<b>PARTEA A II-A. AFACERILE – FENOMEN ȘI IMPLICAȚII .....</b>	<b>267</b>
<b>Capitolul 1. VALORILE MORALE ÎN DEMOCRAȚIE</b>	
<b>ȘI ETOSUL AFACERILOR .....</b>	<b>269</b>
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
<b>Capitolul 2. COMPETIȚIE ȘI COOPERARE .....</b>	<b>293</b>
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
<b>Capitolul 3. AFACERILE ÎN PERSPECTIVĂ MICROECONOMICĂ</b>	
<b>INTERESUL RAȚIONAL .....</b>	<b>331</b>
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
<b>Capitolul 4. AFACERILE ÎN PERSPECTIVĂ MACROSOCIALĂ</b>	
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
<b>Capitolul 5. AFACERILE ȘI RESPONSABILITATEA MORALĂ</b> .....	
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
<b>Capitolul 6. GLOBALIZARE ȘI SUSTENABILITATE</b> .....	
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
<b>PARTEA A III-A. ETICA ȘI AFACERILE .....</b>	<b>493</b>
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. Pericole 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
<i>ÎNCHEIERE</i> .....	757
<i>BIBLIOGRAFIE</i> .....	761

