

VASILE MORAR

ETICA ÎN AFACERI ȘI POLITICĂ



editura universității din bucurești®

INTERZIS XEROX

Vasile Morar

ETICA ÎN AFACERI ȘI POLITICĂ

Morală elementară și responsabilitate socială

91 2 8 5 1

Vasile Morar

ETICA ÎN AFACERI ȘI POLITICĂ

**Morală elementară
și responsabilitate socială**



editura universității din bucurești®

2006

11
BIBLIOTECA CENTRALĂ UNIVERSITĂȚII
BUCUREȘTI
DATA 11 316767

901/96

© editura universității din bucurești*

Șos. Panduri 90-92, București – 050663; Tel./Fax: 410.23.84

E-mail: editura_unibuc@yahoo.com

Internet: www.editura.unibuc.ro

B.C.U. Bucuresti



C20065709

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

MORAR, VASILE

Etica în afaceri și politică / Vasile Morar - București:

Editura Universității din București, 2006

Bibliogr.

ISBN (10) 973-737-167-4; ISBN (13) 978-973-737-167-6

174 :32

174 :339.1

Tehnoredactare computerizată: *Constanța TITU*

Lui
Petre Roman

22 Iulie 2006

INTRODUCERE

Acest volum a fost gândit, în mod explicit, între anii 1991 și 2005. Implicit, datorită profesorilor mei – Nicolae Bellu, Ion Ianoși și Stelian Stoica – tema moralității în afaceri și politică m-a preocupat totuși încă din ani '70 ai trecutului secol. Ceea ce a unit educația primită de la părinți și bunici (pentru aceștia valoarea *cinstei* era punctul nodal al unei vieți de om) cu influența cărților de etică (care mi-au raționalizat educația primară și „simțul moral”) a fost, aproape sigur reflexia sistematică asupra noilor experiențe morale și politice ivite în România după marea cotitură – ruptură din '89.

Ipoteza centrală a cărții poate fi redată prin conceptul de morală elementară. În chip simplificat aceasta înseamnă că orice activitate umană (inclusiv deci sfera afacerilor și viața publică) solicită un element de moralitate; acest element seamănă cu „elementele” din celebrul tablou al lui Mendeleev în sensul că, așa cum nici un element chimic nu poate lipsi din natură, tot așa, din tabelul moralității nu pot lipsi elemente precum: presupuziția existenței celorlalți, intenția bună, capacitatea empatizării, tendința spontană sau rațională de-a universaliza maxima voinței tale, și, deloc la urmă, rezultatul, consecința, fapta ta. Există un „test” intuitiv al moralei elementare: sesizăm brusc faptul că, o simplă absență (nu te gândești la ceilalți, nu ți-e milă de cel aflat în suferință, nu suferi pentru nedreptatea de care afli etc.) ne

scoate din spațiul moralității și ne include în imoralitate. Tocmai de aceea preferăm acest termen de morală elementară (preluat de la profesorul Nicolae Bellu) și nu pe cel de *morală minimală* pentru simplul motiv că primul este mai clar pentru oricine și mai aplicabil pentru orice context, în timp ce, cel de-al doilea este mai imprecis și mai expus la relativizări. Simplu spus cel ce acceptă ideea de elementaritate morală nu va fi dispus să găsească justificare pentru absențe precum cele mai sus menționate, în timp ce, în numele moralei minimale se tot poate coborî, puțin câte puțin, pe nesimțite până la producerea răului ireversibil. În fapt, și în sfera afacerilor și în cea a vieții politice este necesar să operăm cu judecăți sigure, să aplicăm criterii și să ne raportăm la standarde. Acestea fie există fie nu există, fie sunt aplicate fie nu sunt aplicate. În aceasta constă coerența interioară a moralei, în aceasta constă severitatea obligatorie a judecății și aprecierii morale. În ultimă instanță elementaritatea morală este sinonimă cu afirmația: ori ești cinstit ori ești necinstit; se înțelege deci că nu poți fi *stricto sensu*, nici „prea cinstit” nici „minimal cinstit”. Or, în neașezata societate din prelungita tranziție autohtonă două tendințe nu pot să nu ne atragă atenția; pe de o parte maniheismul din judecățile publice și, pe de altă parte, relativismul sceptic tradus, nu arareori în expresia: „tot ce se poate spera în afaceri și în politică este atingerea moralei minimale”. Ambele atitudini produc, până la urmă în spațiul public românesc o neîncredere în morală, în *morală ca morală*, adică, în fond, o neîncredere în temeiul moral al valorilor democratice originare. Or, libertatea, viața, demnitatea, fericirea, dreptatea, bunăstarea, presupun obligatoriu valorile morale pozitive, cele numite „virtuți” într-o tradiție de gândire, sau numite „reguli imparțiale de corectitudine morală”, într-o altă tradiție etică.

Convingerea mea fermă – întărită și prin discuțiile prietenești cu *Petre Roman*, căruia îi mulțumesc pe această cale pentru îndemnul de-a așterne totul pe hârtie între copertile unei cărți destinate studenților, este următoarea: afacerile adevărate și politica veritabilă sunt însoțite în mod necesar, într-o societate democratică, de moralitate elementară. Dacă acest lucru nu se petrece atunci vom avea de-a face cu fenomene ce încap în denumiri precum: stat oligarhic, sau „democrație mimetică” sau „democrație a privilegiilor” ș.a.

Capitolul 1

Etica și afacerile

- 1.1. Precizări terminologice: etica și morală
- 1.2. Ce este etica în afaceri?
- 1.3. Etica afacerilor ca etică aplicată
- 1.4. Momente semnificative în istoria eticii afacerilor;
mituri și metafore
- 1.5. Nivele ale eticii afacerilor și concepte principale
- 1.6. Categoriile de probleme
- 1.7. De la „etica dialogului“ (germană) la „școala critică“
(franceză)

Capitolul 1

Etica și afacerile

1.1. *Precizări terminologice: etica și morală*

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 statomicit următoarea distincție: etica este *disciplina teoretică* care studiază fie precumpănitor ideile de Bine, Rău, Datorie, Dreptate etc. (acestea sunt denumite, în genere, *etici filosofice*) fie atitudinile, caracterele, datinile, adică *moralitatea oamenilor*³. 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 etica afacerilor (*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 a 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 împărțită 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 care își ia ca obiect de studiu morala din afaceri poate fi numită, perfect justificat, *etica afacerilor*. Oricum, în acest context merită să amintim doi autori, recenți, Jérôme Ballet și Françoise de Bry (2001) care propun explicații subtile și pentru alegerea formulei *etica afacerilor* și *nu morala 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 *mediate*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 1

Etica și morala

	ETICA	MORALA
Etimologie comună	ethos în greacă, mores în lat = moravuri, cutume, comportament	
Definiție originală	reacă: reflexie care ghidează acțiunea umană	Latină: impusă prin drept
Caracteristici	<i>Fundament</i> : libertatea judecății 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 categoric</i> (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 Căutarea fericirii care culminează în <i>înțelepciune</i>	Distincția între <i>bine și rău</i> și acțiunea în funcție de ceea ce se consideră, <i>conform</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> a normelor	Valoare <i>universală</i> a normelor
	Fenomen	Noumen
	Intenția este primordială	Discuție asupra finalității
	Dă un sens lucrurilor pe care le fac prin alegerile mele (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 Andre Comte-Sponville: „*morală comandă, etica recomandă*“. Un punct de vedere mai nuanțat ne oferă Paul Ricoeur (1991) care consideră că totuși morală și etică nu pot fi disociate 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 etica de morală este

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 *Soi-même comme un autre* (1990).

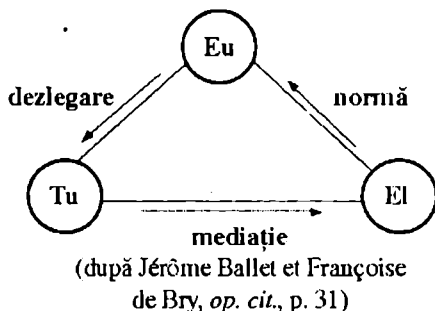


Fig. 1 – Cei trei poli ai eticii

[după Jérôme Ballet et Françoise de Bry, op.cit., p. 31]

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“. „Predicatele etice (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 afaceri? „Să pun în acord propriul meu proiect cu proiectul instituțional”. Mediația permite coexistența: „libertatea ta valorează tot atât ca libertatea mea”. În felul acesta se trece de la etică la morală cu noțiunea de imperativ și de lege. Astfel, valorile vor fi puse la adăpost de arbitrarul fiecăruia. Ricoeur va vorbi chiar de trilogia: „*libertatea mea, libertatea ta, regula*”. Astfel, formalismul în etică definește moralitatea. Dar etica are o ambiție mai mare, aceea de a reconstrui intermediarii între libertate, care este punctul de plecare, și lege, care este punctul de sosire”.¹⁰

Relația între etică și morală, așa cum o definește Paul Ricoeur, este una „perfect aplicabilă întreprinderii”, mediului economic și de afaceri, în genere. Orice salariat este autonom (polul *Eu*) dar el trebuie să-și asigure încrederea celorlalți (polul *Tu*). De asemenea, fiecare va trece prin adecvarea proiectului său la cel al instituției, al companiei sau firmei care l-a angajat. Mai mult, prin raportare la mediul său extern întreprinderea poate fi considerată autonomă, dar, în același timp, ea trebuie să se asigure de concurența sau de cooperarea celorlalți, respectând adecvarea la funcționarea pieței¹¹.

1.2. Ce este etica în afaceri?

Pentru început bunul simț ne poate fi de un real ajutor dacă dorim să răspundem la întrebarea de mai sus. Dintr-o atare perspectivă suntem obligați să constatăm asocierea a doi termeni (*etică* și *afaceri*) destul de diferiți, cel puțin în felul în care ei sunt înțeleși în limbajul comun. În fapt, orice om cu sau fără o pregătire specială, va fi probabil de acord că termenul compus –

etica afacerilor – este sinonim cu ideea de comportament corect, cinstit în sfera largă a schimburilor de bunuri, a comerțului și negoțului. Înseamnă că, omul comun este dispus să accepte că moralitatea elementară (să nu furi, să nu minți, să nu lezezi sau distrugi viața și/sau sănătatea altora) cuprinde nu numai relațiile interpersonale directe sau cele publice cunoscute ci și activitățile diverse ce încep în sintagma „afaceri”. Mai mult, omul simplu este capabil de o judecată sapiențială care sună astfel: nimeni și nimic pe lumea asta, nu scapă de a fi judecat, ca bun sau rău, ca moral sau imoral, iar, afacerile sunt făcute de oameni, și, prin urmare, unii vor face afaceri cinstite, iar alții necinstite.

Cum definesc etica în afaceri cei care s-au remarcat ca teoreticieni în acest domeniu? Un autor de manual precum R.T. De George va afirma esențializat că etica afacerilor se referă la o perspectivă etică (implicată sau explicită) asupra modului în care o companie sau un individ înțeleg să facă afaceri.¹² Aceasta înseamnă, în primul rând că, etica afacerilor este o *descriere* a felului în care cei implicați în aceste activități pot fi etichetați ca fiind morali, imorali sau amoralii. În al doilea rând, mi se sugerează că simpla descriere nu este suficientă în acest caz pentru că, în fond în modală avem de-a face nu numai cu ceea ce *este*, ci mai ales cu ceea ce *ar trebui să fie*. Explicit, este în această ordine de idei, P.V. Lewis atunci când afirmă că această nouă disciplină teoretică cuprinde „un set de principii și de argumente care *ar trebui* s.n. să guverneze conduita în afaceri”¹³, atât la nivelul individual cât și la cel colectiv public. Or, raportarea conduitelor la standarde, la principii se traduce în judecăți de *apreciere* morală. Întrebarea care se pune în acest context este următoare: avem de-a face cu standarde morale care sunt valabile numai pentru afaceri sau ele sunt aplicabile pentru toate zilele și faptele omenești? Un răspuns notabil, ne oferă Laura Nash: „Etica în afaceri este studiul modului în care normele morale personale se aplică în activitățile și scopurile

întreprinderii comerciale; *nu* este un *standard moral separat* (s.n.), ci studiul modului în care contextul afacerilor pune persoanei morale, ce acționează ca agent al acestui sistem, propriile sale probleme specifice”.¹⁴ Acest răspuns poate fi completat astfel: etica în afaceri este studiul situațiilor, și al deciziilor care au loc în sfera afacerilor, prin prisma a ceea ce este moralmente bun sau rău.¹⁵

O asemenea observație se cuvine însă și ea prelungi astfel în acest caz deși avem de-a face cu un context particular, specific (afacerile), judecățile noastre au un caracter universal: ele se referă la ceea ce este bine (moral) sau rău (imoral) pentru toți oamenii, nu numai pentru cei implicați în decizii și situații de afaceri. Prin urmare, de pildă, utilizarea termenului de om cinstit acoperă același conținut etic (acest om spune mereu adevărul, este corect, este altruist etc.) fie că este vorba de o relație între prieteni, între necunoscuți sau între parteneri sau concurenți în afaceri.

✦ În genere, după cum am văzut, eticienii se străduie să definească cât mai adecvat atât fiecare termen în parte cât și asocierea lor. Ce se întâmplă însă când sunt întrebați, de pildă, despre semnificația termenului *etică*, oamenii de afaceri americani? Iată câteva răspunsuri tipice: 1. „Etica are de a face cu ceea ce sentimentele mele îmi spun că este bine sau rău; 2. Etica este legată de credința mea religioasă; 3. A fi etic înseamnă să respecti legea; 4. Etica reprezintă modelele de comportament acceptate de societate; 5. Nu știu ce înseamnă acest cuvânt.”¹⁶

Pentru majoritatea eticienilor nici unul dintre aceste prime patru răspunsuri nu este într-un totu corect. (În privința ultimului, se va aprecia sinceritatea repondenților dar nu se va trece cu vederea că, în acest caz, sinceritatea lor este identică ignoranței.) Astfel numai un emotivist radical precum, A. Ayer¹⁷, va fi de acord cu oameni de afaceri care suprapune sentimentele mele cu ceea ce „este bine sau rău”. Pentru etician, a avea un comportament etic nu înseamnă doar a avea anumite sentimente

ci, a aplica anumite standarde (criterii) impersonale pentru acțiuni sau fapte care au anumite consecințe (bune sau rele) pentru semenii noștri. În fapt, etica nu este legată în mod necesar de anumite stări afective; emoțiile și sentimentele sunt oricum, schimbătoare, dinamice, capricioase, iar etica, precum orice disciplină teoretică operează cu judecăți raționale, cu argumente furnizate de rațiune; ea va consemna de pildă, că *uneori*, aceste standarde de judecată se vor suprapune cu „sentimentele mele”; atât și nimic mai mult.

În privința relației dintre etică și „credința mea religioasă”, autori precum Peter Singer și James Rachels¹⁸, vor considera că deși majoritatea religiilor universale susțin standarde etice înalte totuși nu se poate susține, pentru acest motiv, că etica este întotdeauna întemeiată numai pe religie: ar rezulta că ea ar fi valabilă doar pentru persoanele religioase. Or, etica se adresează în egală măsură atât sfinților cât și ateilor, atât celor ce aparțin unei religii cât și celor ce aparțin „altor religii” (vezi și cap. *Etica afacerilor în perioada postmoralistă*).

De asemenea, referitor la al treilea răspuns, a te comporta etic nu este totuna doar cu a respecta legea juridică: moralitatea se întinde și dincolo de ceea ce legea îți cere în mod expres și coercitiv. Astfel, dacă cineva este preocupat doar de „partea legală” a afacerilor sale, dar se dezinteresează de fenomene precum generozitate, altruism, ajutor pentru cei dezavantajați de soartă, milă pentru cei aflați în nevoie, spirit de sacrificiu, loialitate s.a. asemenea, se va spune pe bună dreptate: acest om respectă legile, dar nu este încă prin aceasta și o persoană pe deplin morală (vezi cap.)

În fine, a fi etic nu se confundă cu a te conforma pe deplin unor modele de conduită acceptate în societate. Dacă ar fi așa atunci conformismul ar fi identic cu care „a produs” cel mai oribil, abominabil fenomen, Holocaustul împotriva poporului evreu; or, știm bine, au fost momente în istoria omenirii (unele

recepte precum conformismul nazist) când „a te conforma“ era sinonim cu a nu te opune crimei sau chiar a săvârși pentru că „așa se cere“ și, ea este „acceptată de societatea“ noastră... era identic cu a-i disprețui pe cei considerați din anumite motive, „inferiori“ („evrei“, „slavi“, „țigani“, „negri“ sau „cei din colonii“ sau „cei din Lumea a treia“ etc.). Mai mult, dacă a fi etic în comportare ar fi tot una cu fenomenul de conformitate majoritară atunci problemele morale ar fi relativ ușor de rezolvat doar prin apel la sondaje de opinie. Or, „ce trebuie să faci“, când este vorba de pildă, de eutanasiere, de avort, de pedeapsă capitală, de atitudinea față de homosexualitate sau lesbianism, de atitudinea față de cei infectați cu HIV etc. nu poate depinde numai de opinia generală, de starea psihologiei colective la un moment sau altul. După cum o să vedem în continuare, etica nu este reductibilă doar la „ce se spune“ sau la „ce se face“, pentru simplul motiv că multe lucruri „spuse“ s-au dovedit a fi, cu certitudine, profund greșite și multe lucruri „făcute“ „de mulți“, sau „de majoritate“, s-a constatat că au fost, din păcate, indubitabil, dăunătoare, rele.

1.3. Etica afacerilor ca etică aplicată

După cum am văzut, etica diferă de alte cercetări precum sociologia, antropologia și psihologia, care cercetează și ele valorile. De exemplu, antropologii și sociologii pot studia credințele, opiniile morale ale unei culturi particulare. În acest fel, ei încearcă să descrie acest comportament și, finalmente, chiar să ofere o *teorie descriptivă* cu valabilitate mai largă despre structura acestui fenomen social și moral. Totuși, ca antropologi sau sociologi, scopul lor nu este să determine dacă acestea sunt *bune* sau *rele* din punct de vedere moral. Un răspuns în acest sens îl poate da numai eticianul. Astfel, în timp ce sociologul întreabă: „Cred românii că a primi mită este un lucru rău?“, eticianul

întreabă: „în ce sens este mita un lucru rău din punct de vedere moral?“ Însă, dacă sociologul tinde să fie *descriptiv*, eticianul se va ocupa cu elaborarea unor puncte de vedere și a unor *teorii prescriptive*¹⁹.

Se poate spune că etica afacerilor se deosebește de alte ramuri ale filosofiei morale aplicate, branșe care se dezvoltă rapid la sfârșit de secol XX și început de secol XXI. Bibliografia sa este „mai puțin cosmopolită“ (Tom Sorrel)²⁰ decât cea a eticii mediului. eticii medicale sau cea a bioeticii, de exemplu, iar relația sa cu profesioniștii afacerilor (manageri, brokeri, directori economici, specialiști în P.R. sau publicitate și reclamă, distribuitori etc.) este mult mai complexă decât cea dintre etica medicală și medici sau decât cea care există între etica mediului și specialiștii care acționează împotriva poluării industriale și turistice. După Freeman (*Business Ethics*, 1991) și Nash (*Good Intentions Aside*, 1990) etica afacerilor, prin ipotezele sale sociale și comerciale și prin alegerea studierii cazurilor este „esențialmente americană“.²¹ În anii '80 s-a considerat că problemele abordate de această etică ar fi specifice doar marilor întreprinderi, firme și companii americane care s-ar distinge, spre deosebire de normele mondiale, printr-o serie de caracteristici: a) o mărime și o rentabilitate importante; b) o istorie lungă, și, în genere, consistentă la nivel de practici; c) un mediu unde se afirmă „libere și nestingerite“ legile pieței; d) un sistem legislativ și juridic foarte evoluat; e) o fiscalitate scăzută și un sistem de comunicații foarte performant. Totuși, chiar și-n climatul spiritual anglo-american a avut o oarecare audiență ideea conform căreia „etica afacerilor rămâne domeniul filosofilor“, care „n-ar cunoaște prea bine viața afacerilor“ și care, mai mult, au adeseori, despre aceasta „o părere proastă“. Oricum, sfaturile lor morale sunt considerate, din această cauză, fie *ostile*, fie *nerealiste*, fie *puriste* (în acest sens, Stark în *What's the matter with business ethics?*, nu ezită să afirme că, de multe ori, practicanții afacerilor resping așa-zisele „sfaturi morale“²² date de filosofi). Totodată, și

aici se regăsește un contrast surprinzător cu lucrările de etică medicală care afirmă, în general, simpatia pentru scopurile și practicile specialiștilor din domeniul sănătății. În orice caz, ruptura dintre etica filosofică a afacerilor și practicienii afacerilor se explică prin caracterul problematic din punct de vedere moral pe care-l aduce cu sine ceea ce se numește „*scopul afacerilor*”. Astfel, o întreprindere este o asociație de persoane constituită pentru a încheia tranzacții comerciale rentabile, iar obiectul rentabilității, contrar celui de a vindeca bolnavi sau de a veghea la respectarea legilor privind sanctificarea vieții omenești sau, mai mult, de a conserva întregul patrimoniu biotic, nu este considerat la fel de *tare*, deci tot atât de vrednic de stimă din punct de vedere moral, precum cel asociat eticii medicale. Oricum, în aceeași ordine de idei, s-a observat că exigențele rentabilității pot intra în conflict cu normele și imperativele pe care morala comună le impune indivizilor. Aceasta dă naștere unei anumite incertitudini în ceea ce privește natura moralei în afaceri, incertitudine care nu se regăsește în etica medicală sau în etica mediului.²³ În cazul eticii medicale sau a mediului întrebările puse sunt de tipul: cum pot fi prezervate valori morale primare, precum viața, sănătatea, bunăstarea fizică și psihică în chipul cel mai util cu putință? În ceea ce privește etica afacerilor, întrebările puse sună astfel: este acest tip special de etică un studiu al *mijloacelor permise* de a încheia tranzacții rentabile? Recunoaște aceasta și *alte scopuri* decât cele ale unei operații comerciale rentabile, adică alte scopuri care să se alăture sau să se opună acestuia? La prima vedere, răspunsurile date, în cel de-al doilea caz, par a fi mai departe de apărarea drepturilor, a valorilor sau a obligațiilor fundamentale ale oamenilor. În fond însă, *cum* anume, adică prin *ce mijloace* și cu *ce consecințe* se obține rentabilitatea, implică un răspuns și la problemele legate de respectul sau lipsa de respect pentru viață, sănătate, satisfacerea nevoilor bazale etc.

La cheștiunea primordială de a ști dacă etica afacerilor poate concilia exigențele morale și scopurile comerciale, răspunsul pare a fi afirmativ pentru o parte din doctrinele etice. Astfel, ideea unei acțiuni în același timp merituoasă și judicioasă din punct de vedere comercial pare a fi perfect coerentă, din punctul de vedere al *utilitarismului* și *aristotelismului*, dar nu și al unui *kantianism* deosebit de constrângător. Oricum, rămâne mereu de știut (Tom Sorrel)²⁴ dacă o etică filosofică a afacerilor ar putea să se adreseze profesioniștilor în afaceri. În acest caz, ca și în altele din etica aplicată, provocarea constă în a „produce principii” care nu numai că ar trebui să corespundă unor situații reale, dar ar trebui să aibă un sens, în aceste situații, pentru persoanele pe care aceste principii ar trebui să le ghideze în viața lor din afaceri. În alți termeni, sarcina care constă în a formula o etică filosofică a afacerilor care să fie acceptabilă este, cel puțin în parte, o provocare lansată la adresa capacităților de convingere ale eticii afacerilor. Desigur însă că nu totul se reduce la un discurs univoc de tipul acesta: etica filosofică a afacerilor să fie sau să devină convingătoare pentru fiecare participant principal din lumea afacerilor. Oricum, și-n acest caz există, din nou, deosebiri între situația din Statele Unite și cea din Europa continentală.

Astfel, în Statele Unite, afacerile sunt larg recunoscute ca o *profesiune*, și toată lumea este de acord că *formarea* în afaceri ține de aceleași exigențe de pregătire profesională, precum cele care vizează domeniul dreptului sau cel al medicinei. În acest sens, A. Stark în *What's the matter with business ethics?* (1993) consideră că este, prin urmare, normal ca profesioniștii afacerilor să dispună și ei, ca și medicii și juriștii, de un cod deontologic care să fie obiect de reflecție și de aplicare.

După cum se poate constata relativ ușor, etica afacerilor ocupă o poziție specială, în branșa generic numită *etica aplicată*. Unii autori consideră că ea, asemenea unor branșe înrudite, medicina și dreptul, are ca punct central al ei aplicarea câtorva

principii etice foarte generale (de exemplu, „datorie“ sau „utilitate“) asupra unor situații de criză în relațiile de schimb, de muncă, de comerț. Spre deosebire însă de domeniile amintite, etica afacerilor nu se bucură încă de un statut clar, iar asocierea *afaceri – etică* (morală) pare o nepotrivire, o inadecvare de termeni. În gândirea comună, și nu numai, *lăcomia* este adesea citată ca fiind singurul mobil, unicul motor al mediului de afaceri. În consecință, cea mai mare parte din istoria referitoare la afaceri nu este foarte încântată de afaceri. Putem afirma că un întreg cortegiu de fapte au concurat pentru a inhiba teoria etică în fața acestei realități. Oricum, cu doar 20 de ani în urmă subiectul eticii afacerilor era un nedesăvârșit amalgam de recenzii de rutină a teoriilor etice, era o însumare de considerații generale cu privire la corectitudinea capitalismului și era, cel mai adesea, o aducere în prim-plan a unor cazuri de afaceri murdare: scandaluri și dezastre financiare, corupție și mită. Lumea corporațiilor era evidențiată în partea ei cea mai rea și mai iresponsabilă. De asemenea, etica afacerilor a fost pentru *filosofia primă*²⁵ o temă căreia nu i s-a acordat credit, motivul principal fiind acela că aceasta nu ar avea un conținut conceptual propriu. Mai mult, relația trivială *bani-marfă* era considerată ca fiind doar de competența științei economice, și, prin urmare, ea nu se putea ridica la statutul „înalt“ al filosofiei morale. În ultimul timp însă filosofia s-a aplecat iarăși către „lumea reală“, iar etica afacerilor și-a fundamentat sau și-a consolidat poziția prin joncțiunea celor două. De asemenea, noile „aplicații“ în etică, ca și retorica reînnoită în *teoria jocului*, și *teoria alternativei sociale* au permis introducerea mai multor analize formale în etica afacerilor. Aceasta, pe de o parte. Pe de altă parte, au apărut *profesioniștii* în etica afacerilor, iar aceștia interacționează simultan atât cu „lumea practicii“ (factorii de conducere, sindicatele, micii și marii întreprinzători), cât și cu teoriile etice, sociologice, psihologice etc. considerate semnificative pentru a explica,

înțelege și norma (reglementa) asemenea domenii. În acest fel s-a produs conversiunea de la profesioniștii „academici” de altădată la profesioniști activi în lumea afacerilor. Se poate adăuga că, uneori, aceștia din urmă sunt chiar și *ascultați*.

1.4. Momente semnificative în istoria eticii afacerilor; mituri și metafore

Într-un sens foarte larg, se poate accepta ideea că afacerile, ca schimb reglementat între oameni, există de cel puțin șase milenii. Oricum, sumerienii au lăsat documente în acest sens, iar Samuel Kramer, în celebra sa carte *Istoria începe cu Sumerul*²⁶, aduce argumente convingătoare pentru opinia conform căreia schimbul de mărfuri implica, încă din fazele incipiente ale civilizației, reguli minimale de conduită între participanții la acest tip de activitate. Fenicienii și elinii au fost comercianți în întregul bazin mediteranean și activitatea lor s-a structurat, este de presupus, după reguli, în care ideea de avantaj reciproc era implicită, ca și cea de corectitudine a schimbului. Judecând grosier însă, afacerile nu au fost mereu ocupații principale și activități considerate respectabile, cum au ajuns, într-o oarecare măsură să fie apreciate în societatea modernă. Mai degrabă aspectul etic al afacerilor a fost evaluat în termeni negativi, atât în mentalul colectiv iudaic și apoi creștin, cât și-n teoretizările grecești. De pildă, Aristotel, a arătat că sunt două sensuri diferite pentru ceea ce noi astăzi numim *economie*: unul dintre ele este *oikonomikos* sau *comerțul gospodăresc*, pe care el îl aprobă și îl consideră a fi esențial activității practice a oricui, chiar și a unei societăți modeste, iar celălalt este *chrematisike*, care este *comerțul în vederea profitului*. Aristotel a declarat această activitate ca fiind în totalitate lipsită de virtute și i-a numit pe aceia care se angajează în asemenea practici pur egoiste:

„paraziți“. Atacul lui Aristotel împotriva practicii „de camătă“ ca fiind lipsită de gust și neproductivă și-a păstrat forța virtual, până în secolul al XVII-lea. Astfel, în această accepție doar persoanele „din afară“, aflate la periferia societății se angajează în astfel de practici, nicidecum cetățenii respectabili.

Acesta este, într-o vastă viziune istorică, istoria eticii afacerilor: un atac masiv și rareori întrerupt împotriva afacerii și practicilor sale. Astfel, se amintește mereu faptul că Isus i-a alungat pe negustori din Templu, iar învățătorii moralei creștine de la Pavel până la Thomas din Aquino și Martin Luther urmează exemplul Său, condamnând în mod direct mare parte din ceea ce noi astăzi cinstim ca fiind „lumea afacerilor“.²⁷

Dar dacă etica afacerilor ca pedeapsă a fost îndepărtată de filosofie și religie, la fel de dramatică a fost întoarcerea către afaceri în perioada modernă timpurie. Jean Calvin și apoi Puritanii englezi au predat „virtuțile prosperității“ și „spiritului întreprinzător“, iar Adam Smith a canonizat în 1776 *noua credință*, în lucrarea sa celebră *The Wealth of Nations*. Bineînțeles că noua atitudine față de afaceri nu a fost o transformare petrecută peste noapte, ci a fost clădită pe revalorizarea unor tradiții cu o bogată istorie. De exemplu, corporațiile medievale și-au stabilit propriile coduri „de etică a afacerilor“ specifice industriei și asta cu mult înainte ca afacerile să devină una din instituțiile centrale ale societății. Însă acceptarea generală a afacerilor și recunoașterea economiei ca structură centrală a societății au depins de un nou mod de a gândi viața în comunitate și societate, care a cerut nu doar schimbarea sensibilităților de natură religioasă și filosofică, ci și a ceea ce stă la baza acestora, un nou sens acordat vieții de fiecare zi în societate și chiar o nouă accepție asupra a ceea ce se numește generic *natura umană*. Această transformare poate fi explicată parțial în termeni de urbanizare, de societăți mai vaste și mai centralizate, de privatizare a grupurilor familiale, de tehnologie

avansată rapid, de sporire a industriei și de dezvoltare simultană a structurilor sociale, de nevoi și dorințe. O dată cu lucrarea clasică a lui Adam Smith, unii autori consideră că se poate spune că *chrematisike* a devenit instituția centrală și „virtutea primă” a societății moderne. Însă versiunea populară degradată („lăcomia este bună”) a tezelor lui Adam Smith nu prea a fost călăuzită spre subiectul eticii afacerilor, iar predicile moralizatoare despre afaceri au menținut până la urmă prejudecățile antice și medievale în privința afacerilor. Oameni de afaceri, precum Mellon și Carnegie, au ținut discursuri publice despre *virtuțile succesului* și despre atitudinea *la noblesse oblige* a celor bogați, însă etica afacerilor ca atare a fost în mare parte arătată de socialiști, ca o invectivă prelungită la adresa „amoralității” modului de a gândi în spiritul afacerilor. În timp s-a structurat convingerea că afacerile nu sunt în „afara valorilor societății”, că piața nu are doar legi și reguli strict economice după care ea funcționează. Într-un cuvânt, etica afacerilor nu mai este preocupată doar de, sau în primul rând de critica afacerilor și practica acestora. Profiturile nu mai sunt condamnate împreună cu „avaritia” în predicile moralizatoare, iar corporațiile nu mai sunt imaginate ca fiind „fără de chip”, „fără de suflet”, niște *monoliți amoralii*.²⁸ Noua preocupare este despre cum ar trebui să se gândească despre profit în contextul mai larg de productivitate și responsabilitate socială și despre cum pot corporațiile să fie folositoare și propriilor angajați, dar și societății în ansamblu. În fapt, etica afacerilor a dezvoltat o teorie pornind, inițial, de la un atac total critic asupra capitalismului și de la „motivația profitului”. După aceea s-a ajuns până la o examinare mai productivă și mai constructivă a regulilor și practicilor de bază ale afacerilor. Însă vechea paradigmă – ceea ce Richard DeGeorge a numit „mitul afacerilor amurale” – persistă, nu doar în rândul publicului suspicios și al filosofilor de sorginte socialistă, ci și în rândul oamenilor de afaceri. În consecință, unii consideră că

prima sarcină a eticii afacerilor este aceea de a scăpa de câteva mituri și de câteva metafore profund încriminatoare, care întunecă mai degrabă decât clarifică ethosul de bază ce face ca afacerile să fie posibile. În fapt, este știut că fiecare disciplină are propriul său vocabular *auto-glorificator*. Astfel, după Robert C. Solomon politicienii stau la adăpostul conceptelor de *serviciu public* în timp ce urmăresc în mare măsură doar propria putere; tot astfel, avocații apără *drepturile* noastre în baza frumoaselor onorarii – iar profesorii descriu ceea ce fac, folosind nobilul limbaj al „adevărului și cunoașterii“, în timp ce își consumă majoritatea timpului și energiei în compania oamenilor politici.²⁹

Însă deseori, în cazul afacerilor, limbajul auto-glorificator nu este în mod special unul ce flatează.

În acest sens, Robert C. Solomon, arată că sintagma, „motivație pentru profit“ conține în sine o nuanță depreciativă. Or, arată el, cu siguranță că afacerile au ca scop obținerea profitului, însă acest lucru se face prin furnizarea bunurilor și a serviciilor de calitate, se face prin ofertă de locuri de muncă și prin „adaptare“ la nevoile comunității. Toate aceste motivații coexistă, ele nu sunt separate unele de altele, ele se realizează numai dacă toate aceste momente sunt prezente în întregul complex numit „activitate de afaceri“. În acest înțeles, profiturile nu sunt nici *sfârșitul* și nici *unicul scop* al afacerilor. În fapt, cel mai adesea, profiturile sunt distribuite și reinvestite. Prin aceasta nu se mai poate susține că urmărirea profiturilor este fundamentală și, cu atât mai puțin, ca fiind „unicul scop“ al afacerilor. După același autor: urmărirea profitului este mai degrabă „*unul* din multiplele scopuri“. Înseamnă că profitul poate fi gândit ca *un mijloc* și *nu un scop în sine*. În fapt, există destui care adoptă acest tip de raționament stabilind că afacerile sunt sinonime numai cu „urmărirea profitului“. De la această premisă se poate concluziona relativ repede, pripit, că afacerile sunt fie *imorale*, fie *amurale*³⁰.

Un alt mit și o altă metaforă care circulă în discursul despre lumea afacerilor este cel *darwinian* al „supraviețuirii celui mai puternic“, al sferei afacerilor ca „junglă“ a intereselor egoiste. În acest caz, ideea de bază este aceea că mediul de afaceri este competitiv și combativ, un fel de teren de luptă și că nu este întotdeauna *cinstit*. Prezența competiției și absența în unele afaceri a „jocului cinstit“, nu poate fi identificată în întregime însă numai cu ideea „omului lup pentru om“ și cu imaginea lui „fiecare pentru sine“. Este adevărat că afacerile sunt și trebuie să fie competitive, dar nu este adevărat că ele presupun întotdeauna ucidere, „canibalism“ sau că „trebuie făcut totul pentru a supraviețui“. În fond, de pildă, oricât de competitivă poate fi o anumită ramură de industrie sau comerț, ea se sprijină pe un fundament al intereselor comune și al acordului mutual în privința regulilor de conducere, iar competiția nu are loc într-o „junglă“, ci într-o *comunitate* pe care se presupune că o servește, dar de care și depinde. Mediul de afaceri este, înainte de toate, în mod fundamental *cooperativ*; competiția este posibilă doar între limitele stabilite pe baza unor preocupări *mutuale* și *împărtășite*. De asemenea, contrar metaforei „junglei“ („fiecare ființă pentru sine“ și „scapă cine poate“), afacerile implică, aproape întotdeauna, mari grupuri de cooperare și implică *încredere reciprocă*; afacerile nu înseamnă numai *corporațiile în sine*, ci și rețele de furnizori, lucrători, clienți și investitori care realizează în mod conștient că au interese comune.

O metaforă stăruitoare care este rezistentă în ciuda unor evidențe contrare este aceea a *individualismului atomist*. Conform acestei idei viața în afaceri constă, în întregime, în acordul mutual asupra tranzacțiilor dintre cetățeni individuali, ca și când nici o altă instanță nu intervine în reglarea acestui fenomen (guvern, opinie publică etc.). Or, acest acord realizat între *indivizi-atomi*, acest acord minimal între „teleologii egocentriste“ a constituit,

mai degrabă, o realitate pentru capitalismul de până la secolul XVIII și mult mai puțin pentru mediul de afaceri de astăzi.³¹ Astfel, mare parte din afacerile desfășurate la sfârșit de secol XX implică roluri și responsabilități transindividuale în cadrul întreprinderilor care cooperează *din necesitate*, fie că avem de-a face cu mici afaceri familiale, fie cu gigantice corporații multinaționale. Individualismul atomist nu este doar *inexact* față de complexitatea încorporată în lumea afacerilor de astăzi; el este *naiv* în supozițiile sale conform cărora nici o regulă sau practică instituțională nu stă la baza celei mai simple promisiuni, contract sau schimb. Acum este acceptată tot mai mult ideea că afacerile sunt o *practică socială* (Manuel Velasquez, Jérôme Ballet et Françoise de Bry) și nu o activitate a *indivizilor izolați*; afacerile sunt posibile doar datorită faptului că ele fac parte din *cultură* și că prin aceasta ele sunt supuse unor standarde, unor proceduri și unor aprecieri, iar acestea nu sunt deschise amatorismului individual. De asemenea, este un semn de progres faptul că modelul dominant al concepției despre corporație este asociat cu ideea globalizării culturii (David Held), inclusiv a globalizării practicilor morale în afaceri. Metafora *globalizării* are meritul, în acest sens, de a accentua dimensiunea socială a *culturii afacerilor* și de a respinge *individualismul atomist*. Prin această metaforă se recunoaște locul oamenilor în organizație (ca structură fundamentală a mediului de afaceri) și, se îmbrățișează, astfel, deschis *ideea de etică* în afaceri. În fond, într-o cultură globală poate exista și tendința de a privi afacerile ca fiind o „străduință izolată“, cu valori diferite de cele ale societății (mai ales pentru cazul „rebelului individual“) dar prima sarcină totuși a eticii afacerilor este aceea de a îndepărta acest „sens al izolării“, al omului de afaceri ca individ solitar, „cu totul rupt de societate“.

1.5. Nivele ale eticii afacerilor și concepte principale

În mod curent (*Robert C. Solomon*) sunt distinse mai multe nivele ale afacerilor și ale eticii afacerilor: a) *nivelul microeticii* cuprinde regulile schimbului echitabil între indivizi; b) *nivelul macroeticii* se referă la regulile instituționale sau culturale ale comerțului pentru o întreagă societate („lumea afacerilor”); c) *nivelul molar* al eticii afacerilor este preocupat de *unitatea de bază* a comerțului și schimbului de astăzi – *corporația*.

Micro-etica afacerilor desemnează o porțiune foarte mare din etica tradițională: *natura promisiunilor* și alte *obligații*; *natura* feluritelor *drepturi* individuale, *intențiile*; *consecințele* faptelor și alte implicații ale acțiunilor individuale. În orice caz, o caracteristică a micro-eticii afacerilor este ideea *schimbului echitabil* și o dată cu aceasta, noțiunea de salariu echitabil, de negociere corectă, ca și ideea de „afacere bună” pentru ambele părți. În acest caz, *Robert C. Solomon* arată, de exemplu, că noțiunea lui *Aristotel* de *dreptate comutativă* își păstrează acum actualitatea deși – sesizează el – chiar anticii se întrebau câteodată dacă, de pildă, vânzătorul unei case *era obligat sau nu* să-i spună potențialului cumpărător că acoperișul e vechi și că la prima ploaie torențială, apa ar putea să se scurgă prin el.

Dacă nivelul micro-eticii vizează teme generale de etică, precum cele menționate, apărute între doi indivizi care „fac afaceri”, în schimb, *macro-etica* devine o parte a acelei probleme majore referitoare la *dreptate* (justiție), *legitimitate* și *natura societății*, adică la teme care alcătuiesc *filosofia politică* și *socială*. Sunt puse explicit în acest anume caz întrebări de tipul: 1. care este *scopul* „pieței libere”? 2. există, într-un anumit sens, un *bine intrinsec* al acesteia alături de *telos-ul* său? 3. sunt *primare drepturile proprietății* private, în sensul că sunt anterioare convenției sociale (așa cum au arătat, de exemplu, *John Locke* și, mai recent, *Robert Nozick*) sau urmează ca *piața* să fie concepută

ca o practică socială complexă în care *drepturile* nu sunt decât „*ingrediente*”? 4. este sistemul pieței libere unul *corect* din punct de vedere *moral*? 5. reprezintă distribuirea bunurilor și serviciilor prin intermediul societății calea cea mai eficientă? 6. se acordă suficientă atenție cazurilor de *nevoie disperată*, acolo unde nu se pune problema „schimbului echitabil”? 7. se acordă suficientă atenție *meritului* astfel încât acesta să fie recompensat în chip adecvat? 8. Care sunt rolurile legitime și/sau nelegitime ale guvernului în mediul de afaceri și care este rolul reglării guvernamentale? Altfel spus, *macro-etica* este o tentativă a acestui nou teritoriu al teoriei etice de a se manifesta pe „marele ecran”; ea reprezintă o încercare mereu reluată de a înțelege *natura lumii afacerilor* și funcțiile ei particulare.

○ Oricum, unitatea *molară* definitivă a afacerilor moderne este *corporația*³², iar întrebarea centrală a eticii afacerilor tinde să fie pusă cu obstinație managerilor și angajaților celor câteva mii de companii care stăpânesc atât de mult mediul comercial în întreaga lume. În particular, nivelul molar al eticii afacerilor este compatibil cu întrebări referitoare la rolul corporației în societate și la rolul individului în corporație. Astfel, în ultimă instanță nu este deloc surprinzător faptul că multe dintre cele mai provocatoare subiecte se întâlnesc în interstițiile celor trei nivele ale discursului etic. Vom avea astfel, de pildă: a) problema responsabilității sociale a fiecărui membru al corporației – adică rolul corporației într-o societate mai vastă – și b) problema responsabilităților limitate ale locului de muncă – adică rolul individului în corporație. În acest fel, deloc fără motiv, conceptul principal al unei însemnate părți din recenta etică a afacerilor este cel de *responsabilitate socială*. Și acest concept, ca multe altele în eticile aplicate, a primit fie o semnificație îngustă (ideea de *responsabilitate socială* fiind asociată numai de cea de *profit*) fie una mai amplă. În primul caz, cel mai citat este *Milton Friedman* cu celebra sa formulă: „responsabilitatea socială a afacerilor este

de a-și mări profiturile“. Apărând o asemenea poziție, el îi numea – pe oamenii de afaceri ce susțineau ideea de responsabilitate socială a fiecărui membru al corporației – niște „marionete nechibzuite ale forțelor intelectuale care subminează fundamentele unei societăți libere“ și îi acuza pe aceștia de „propovăduirea socialismului autentic“. În esență, argumentul lui Friedman este acela că: a) directorii unor corporații sunt, în primul și în ultimul rând angajații acționarilor și, ca atare, ei au o „responsabilitate tutelară“ de a le maximiza profiturile; b) a face acte caritabile sau a oferi bani unor cazuri sociale (cu excepția relațiilor publice ce ținesc spre sporirea afacerilor), precum și implicarea în proiecte comunitare (care nu sporesc afacerile companiei) este înrudit cu „a fura de la acționari“; c) nu există nici un motiv pentru a presupune că o corporație sau funcționarii săi au vreo „aptitudine specială“ sau vreo *competență* din domeniul politicii publice; d) prin urmare, ei (managerii corporațiilor) și-au „depășit competența“ și, de asemenea, și-au „încălcat obligațiile“ în momentul în care s-au implicat în activitățile comunității³³.

Răspunsul dat tot mai frecvent argumentelor lui Friedman tinde să țină seama de următoarele aspecte considerate *esențiale* pentru *noul sens* dat ideii de responsabilitate socială, într-o lume atentă atât la *globalitate* cât și la *comunitate*: a) în această optică, formula „responsabilitatea socială a afacerilor este de a-și mări profiturile“ ar vădi o „viziune mărginită“ cu privire la afaceri; b) portretul acționarului este unul unidimensional, nerealist și nelăudabil; c) argumentul „competenței“ are sens doar atâta timp cât corporațiile întreprind proiecte cu caracter social ce depășesc abilitățile lor; d) în locul acționarilor, beneficiarii responsabilității sociale sunt, în fapt, „cei ce-și asumă riscul“, dintre care, acționarii alcătuiesc doar „o singură subclasă“; e) cei ce-și asumă riscul într-o companie sunt toți aceia care sunt afectați și care au drepturi și perspective *legitime* în legătură cu acțiunile companiei,

iar aici pot fi incluși angajații, consumatorii, furnizorii, comunitatea și societatea în ansamblul ei.

Rezultă că acest concept de responsabilitate socială – văzut ca un *concept cheie* al eticii afacerilor – este o noțiune morală care coagulează atât ideea unor *virtuți* particulare implicate în această sferă a vieții (*onestitatea, reciprocitatea, interesul mutual, utilitatea*) cât și ideea că există *capacități* și disponibilități sociale și morale pe care le are *corporația însăși*. Astfel, dacă se admite tot mai mult ideea că scopul unei corporații este să servească publicul atât prin aprovizionarea cu produse și servicii cerute și dezirabile, cât și nevătămarea comunității și a cetățenilor; dacă se pleacă de la ideea că o corporație este departe de a fi folositoare publicului când, de exemplu, perturbă traficul sau își bate joc de resursele comune, sau promovează, direct sau indirect, rasismul sau prejudecățile (rasiale, etnice, religioase, de gen etc.), sau dacă distruge frumusețea naturală a mediului înconjurător sau amenință bunăstarea cetățenilor; de asemenea, dacă se acceptă ideea că, față de consumatori, corporația are *obligatia* de a le furniza produse și servicii de calitate ș.a.m.d., atunci înseamnă că, privită astfel, ideea de responsabilitate socială nu este o „povară suplimentară” pentru corporație; ea este o parte din problemele ei esențiale de a servi nevoile și de a fi cinstită nu doar față de investitori sau proprietarii ei, ci și față de cei care lucrează pentru ea, cumpără de la ea, care vând, care trăiesc alături sau sunt afectați în vreun fel de activitățile revendicate și recompensate de sistemul pieței libere.

În concluzie, privită astfel, etica afacerilor se află *la început* ca domeniu teoretic de reflecție, dar, după cum s-a văzut, ce este permanent obligată – în ciuda miturilor care o înconjoară și-a metaforelor care o însoțesc – să *resemnifice* aproape toate conceptele utilizate în doctrinele morale dar și în gândirea comună.

1.6. Categoriile de probleme

Subiectul predilect, de suprafață, al eticii afacerilor îl reprezintă scandalurile financiare și „îmbogățirea peste noapte” a unora, dar temele reale și semnificative, de adâncime sunt, evident, mult mai diversificate. În fapt, într-un spațiu al relațiilor dintre oameni și organizații (corporații) în care funcționează legi, reguli, coduri comerciale, dar și cutume, moravuri, prejudecăți de tot felul – în care motivațiile se întind de la cele de interes strict și exclusiv bănesc (material) până la cele unde singurul mobil este binele tuturor sau grija pentru fiecare – topica eticii afacerilor nu include doar motivarea morală sau imorală a oamenilor de afaceri, ci și un vast spectru de probleme care apar în contextul afacerilor. În acest context, *Richard T. De George* distinge între probleme *micro-morale* și *macro-morale* și consideră că, în genere, problemele eticii afacerilor, luate într-un cadru dat și raportate la un sistem economic, cel al capitalismului actual, pot fi împărțite în șase categorii.

Primul tip de probleme privește *determinarea corectitudinii distribuirii resurselor*, altfel spus, el vizează *fundamentele dreptății distributive* (alocarea resurselor, a veniturilor să se facă în funcție de merit, egalitate, nevoi, efort, abilitate etc.). Sunt constitutive acestui tip de probleme discuții cu privire la dreptul la proprietate; la posesie și folosire, la salarizare echitabilă (corectă), la recuperarea capitalului investit, la recompensa cea mai potrivită pentru riscuri, pentru calificare sau pentru inventivitate. Într-un atare cadru se pun în prim-plan discuții referitoare la asigurarea membrilor unei societăți astfel încât aceștia să nu ajungă niciodată sub un anumit nivel al bunăstării sau respectului. Din punct de vedere teoretic, toate aceste probleme necesită, pentru soluționarea lor, un acord prealabil asupra: a) a ceea ce este *dreptatea în genere* și b) asupra modului în care trebuie cântărită dreptatea atunci când intră în conflict cu

bunăstarea, libertatea, egalitatea și alte valori care sunt importante din punctul de vedere al unei teorii a dreptului. În cuprinsul aceluiași tip de probleme este necesară trecerea de la o teorie etico-filosofică a dreptății la un concept aplicat al acesteia prin care să se poată determina nedreptățile comise în zilele noastre și, în același timp, să se prevadă remediile potrivite pentru „*repararea*” nedreptăților comise în trecut.

Un al *doilea* set de probleme este mult mai conexat eticii aplicate în afaceri și el se află explicit în legătură cu modul de *conversiune* propriu-zisă a *unui principiu clar circumscris al dreptății la cazuri particulare*. Or, din moment ce rareori avem de-a face cu două cazuri absolut identice, înseamnă că sunt „cazuri dificile” ce pun probleme morale care pot fi rezolvate doar prin discuții, dezbateri, și, în cele din urmă, prin luarea unor decizii pe baza celor mai bune informații și, desigur, pe baza intuiției disponibile.

A treia categorie de probleme morale ce sunt constitutive domeniului afacerilor se referă la *conflictul dintre diferite valori* (libertate, dreptate, egalitate, bunăstare, securitate personală, productivitate, merit, eficiență etc.), mai ales atunci când nu pare a exista o alternativă bună. La limită este cazul *dilemelor morale*, iar, strict rațional, aici cel mai bun lucru pe care îl poate face cineva este să determine și să aleagă cea mai bună alternativă și „răul cel mai mic”.

Un al *patrulea* tip de probleme morale apare ca urmare a *dezvoltării intuițiilor morale și a sarcinii de a le aplica la practicile anticipate anterior*. Astfel, segregarea rasială și discriminarea în muncă bazată pe criterii de sex sau rasă sunt practici considerate acum *imorale*, dar n-au fost evaluate așa, nu cu mult timp înainte. Întrebarea care se pune este următoarea: dat fiind faptul că sfera moralei („fruntăriile moralei”) se află în continuă expansiune cuprinzând și *alte specii* decât omul sau incluzând chiar natura („echilibrul ecologic”), dar și pentru că

afacerile implică practici referitoare la sacrificarea animalelor în abatoare, sau practici referitoare la poluarea mediului, de exemplu, înseamnă că nu este mereu clar *cine este responsabil* din punct de vedere moral. Înseamnă că etica afacerilor contribuie din plin la lărgirea temei responsabilității în teoria etică și, totodată, la adâncirea discuțiilor despre „cine este răspunzător moral” în toate aceste noi cazuri.

A *cincea* categorie de probleme morale, care nu pot fi eludate într-o etică a afacerilor, este cea creată de *consecințele* pe care le aduc cu ele noile produse tehnologice, inclusiv tehnicile societății informaționale și cele de manipulare genetică. Problemele ridicate de progresul tehnicii sunt, într-un fel, un nou tip de probleme necunoscute anterior. Există astăzi posibilitatea de a distruge rasa umană ca și mediul înconjurător astfel încât el să nu mai poată fi suportul generațiilor viitoare; există, de asemenea, posibilitatea de a consuma resursele neregenerabile. Or, toate aceste situații afectează afacerile și impun soluții la întrebări de tipul: este moral să se investească într-o tehnologie de vârf dacă sunt deja identificate „pericole” și „amenințări” sau este *moral*, *imoral* sau este *neutru* din punct de vedere moral dacă angajații continuă să lucreze în asemenea întreprinderi?

În fine, *ultima* categorie de probleme se referă la *modul în care se aplică valorile morale acceptate în chip obișnuit* și se referă la *interdicțiile* care se impun în conducerea afacerilor și a întreprinderilor. Este vorba în acest caz de ceea ce este acceptat tacit de cvasitotalitatea oamenilor, de pildă că *minciuna* și *furtul* sunt două acte *imorale*, de asemenea, *lezarea altora* și *luarea de mită*. Toate acestea duc la cazuri specifice din afaceri ca și din alte laturi ale vieții. Pe de o parte, se pun întrebări de tipul: dacă a minți în reclame aduce mai mulți bani unei firme trebuie ca acea companie să se preteze la acest lucru dacă toate celelalte companii publicitare procedează la fel? Pe de altă parte, se pot formula și astfel de interogații: cine și cum stabilește granița

dintre minciună și exagerarea (îngroșarea) unei calități reale a unui produs? Sau: cât de mult trebuie să se divulge despre părțile slabe, neperformante, proaste ale unui produs? Sau: a spune jumătate de adevăr echivalează cu o minciună? În orice caz, toate aceste întrebări nu sunt deloc noi și nici nu ridică întru totul probleme care nu s-au pus până acum, iar obligația de a fi moral se aplică tuturor aspectelor vieții și, în acest sens, actele și deciziile (faptele) în afaceri nu fac nici ele excepție. Richard T. De George notează în acest caz: „asta nu înseamnă că vom întâlni peste tot în afaceri numai acte morale, iar unde etica nu este autoimpusă, ea trebuie să fie impusă din afară prin sancțiuni adecvate pentru a proteja binele general.” (Autorul amintit dă ca exemplu autoimpunerea de către Corporația Gulf Oil a unui set strict de reguli cu privire la mită.)

Concluziv, problemele tipice eticii afacerilor sunt, pentru William H. Shaw și Vincent Barry, următoarele³⁴: A) este *obligată* o corporație, o firmă să *ajute* în lupta cu problemele cu care se confruntă societatea (cum ar fi inegalitățile de venit, sărăcia, poluarea și ruina urbană?) Ar trebui lumea afacerilor să se împotrivească sexismului și rasismului? În ce măsură trebuie să se implice oamenii de afaceri în problema asigurării egalității șanselor? Cum ar trebui să răspundă organizațiile la problema hărțuirii sexuale? B) este legitim dreptul angajaților de a se folosi de pozițiile pe care le dețin în interiorul firmelor pentru a-și avansa propriile interese? Sunt practicile bazate pe folosirea unor *informații privilegiate* imorale? Cât de loiali trebuie să fie muncitorii față de companiile în care lucrează? Cât control ar trebui să aibă o companie asupra angajaților ei în afara programului de muncă? C) reprezintă trecerea unui test de personalitate și onestitate o condiție justificată pentru angajarea unei persoane? Ce drepturi au angajații în exercitarea meseriei lor? Ce ar trebui să se facă pentru a se îmbunătăți condițiile de muncă? D) ar trebui producătorii să arate defectele produselor lor? Începând din ce punct „o exagerare acceptabilă” se

transformă în *minciună* despre produs sau serviciu? Când piața agresivă începe să *manipuleze* consumatorul? E) ce obligații are un angajat față de părțile din afara companiei cum ar fi clienții, competitorii sau societatea (comunitatea) în general?

În finalul acestui paragraf să nu uităm totuși că a afirma că „etica nu are nimic de-a face cu afacerile” reprezintă un punct de vedere destul de răspândit, dar aceasta este o concepție care adoptă o *viziune îngustă* atât asupra eticii cât și asupra afacerilor. În fapt, dacă se admite într-o *definiție largă* că *etica este disciplina care se ocupă cu ce este valoros în viață, cu ce merită să dorim și cu regulile ce ar trebui să guverneze comportamentul uman* („Cum trebuie să trăim”), atunci constatăm că afacerile nu sunt numai o „problemă de bani”, de schimburi economice, de articole de comerț și de profituri, ci ele implică interacțiuni umane, ele sunt „baza societății umane” (Richard T. De George), ele se întrepătrund cu viața politică, socială, legală, și, nu în ultimul rând, cu dimensiunea morală a societății. În acest sens, Robert Solomon, și Kristine Hanson, afirmau explicit: „nu este nimic anetic în a face bani, însă banii nu reprezintă principala grijă a gândirii etice în afaceri”.³⁵ Oricum, după cum susține Richard T. De George³⁶, există o legătură „foarte evidentă” între afaceri și etică, o conexiune care se impune în chip oarecum brutal în experiență. Astfel, un om de afaceri ai cărui angajați îl fură, nu ar avea mai multe șanse de a supraviețui decât un om de afaceri care prin minciună și fraudă a vândut numai produse care nu funcționează.

*

*

*

În fine, nu este deloc fără relevanță să surprindem, împreună cu John Donaldson³⁷ principalele *argumente sceptice* cu privire la posibilitatea eticii afacerilor ca domeniu teoretic și aplicat de sine stătător. Primul este numit *argumentul circumstanțelor speciale*.

Conform acestui argument, standardele atinse în anumite „momente” sau „locuri”, se pot dovedi, în „alte momente” și în „alte locuri”, lipsite de valabilitate. De pildă, în anii '60 s-a crezut că aplicarea sistemului Keynesian poate conduce la scăderea șomajului, pentru ca, ulterior, să se dovedească că rezolvarea problemei șomajului a condus la o altă problemă, considerată de unii insolubilă, cea a inflației. Acest argument este considerat a fi unul de *tip etic* întrucât în cuprinsul său se arată că *scopurile* (considerate a fi dezirabile) și *mijloacele* sunt controversate. Acest prim argument sceptic demonstrează că *dezvoltarea standardelor* are loc doar în anumite circumstanțe și că ea este realizată cu prețul sacrificării *anumitor* valori (morale și/sau non-morale). De exemplu, afirmă Donaldson, dacă politicienii folosesc acest argument, ei tind pur și simplu „să înlocuiască un set de valori cu altul”, favorizat *nu* de cetățeni, ci de ei.³⁸ Al doilea argument sceptic este numit „*al grupurilor de interes*”. În acest caz raționamentul sună astfel: sunt multe interese cu privire la ce trebuie făcut în afaceri, mai precis, sunt atâtea interese câți actori sunt implicați (manageri, salariați, acționari, consumatori ș.a.) și, atunci, este greu, dacă nu imposibil, să fie stabilit *interesul moral impersonal*. Acest argument, vizează, de asemenea, faptul că, în mare parte, standardele sunt determinate de interacțiunea dintre *puterea* strategiilor și a tacticilor. Or, în ultimă instanță, poate fi considerat ca *interes legitim* interesul celui care are puterea de a-și impune strategia și tactica referitoare la profit, prețuri, investiții, mărimea dividendelor etc. Cu alte cuvinte, acest argument sceptic în privința eticii afacerilor implică faptul că standardele sunt determinate de cel care are *puterea* de a le impune, sau, cum spunea Thrasymachos „dreptatea este interesul celui puternic”³⁹. Al treilea argument este numit „*tehnic*”. Din prisma acestui argument nu există posibilitatea pur tehnică de a vedea progresând standardele morale, în genere, și cele din afaceri, în mod special. Argumentul se construiește plecând de la ideea că „progresul este o

iluzie“. În fapt, o formulare a acestui argument poate fi găsită în *Contractul social* al lui Rousseau care susținea că *inegalitatea* reprezintă un efect al naturii umane corupte. Prin urmare, nu are loc un progres, ci mai degrabă un regres, pentru că, în starea naturală oamenii au fost buni, dar societatea i-a pervertit. Înseamnă că progresul are efecte retrograde cât timp dezvoltarea tehnicii și a bunăstării economice sunt tocmai inamicii progresului. Și Claude Levi-Strauss susține o poziție asemănătoare atunci când afirmă că descinderea oamenilor din strămoși primitivi nu a fost o problemă de dezvoltare – de la minți primitive sau idei morale primitive, la altele mai avansate – ci că schimbarea tehnică a avut loc atunci când oamenii au fost suficient de evoluți din punct de vedere moral și intelectual, în epoca de piatră⁴⁰. Cel din urmă argument, cel *mizotrop* susține că oamenii acționează mai degrabă din *egoism* decât din alte principii sau motive. Acest tip de argument este recognoscibil într-o formă exemplară mai întâi în Mitul lui Gyges din *Republica* lui Platon. De asemenea, el este prezent și la moraliștii francezi La Bruyere sau La Rochefaucauld care considerau că există „un rău etern al naturii umane“, și acesta este *egoismul*. Adus pe târâmul afacerilor, argumentul, în forma lui grosieră, este reductibil la raționamentul: atunci când un om de afaceri arată interes pentru prosperitate și progres, atunci, de fapt, el acționează din *egoism*, el dorind să obțină un profit mai mare pe baza cheltuielilor celorlalți. În aceeași logică, apelul la „fraternitate“ al sindicaliștilor, de pildă, n-ar fi nimic altceva decât tot o încercare de manipulare și de satisfacere a intereselor proprii.⁴¹

Toate aceste argumente, consideră Donaldson, sunt de factură etică „pentru că toate implică o *teorie etică*“. Ele sunt fiecare în parte *coerente* după ce acceptăm ca „adevărate“ *premisele*. În fapt, multe valori etice sunt relative; nu există criterii certe ale progresului în toate sferile activităților umane; există conflicte în urma intereselor de grup și este greu de decelat

interesul impersonal; egoismul este prezent pretutindeni în viață și în afaceri. Și totuși, se întreabă Donaldson, este posibilă disciplina *etica afacerilor*?⁴² El dă un răspuns afirmativ și lansează formula: în ciuda diferențelor punctelor de vedere, printre teoreticieni și practicieni, „etica afacerilor nu este o contradicție în termeni”. Primul argument: indiferent dacă standardele din afaceri sunt înalte sau joase, rare, inconsistente sau confuze, tot are sens să le *comparăm* și să le *evaluăm*. Al doilea: indiferent dacă aceste comparații și evaluări acoperă perioade mari de timp sau se află în relație cu diferite culturi, state-națiuni sau grupuri, ele „reprezintă un subiect pentru dezbatere” și sunt, într-adevăr, „o problemă curentă a eticii generale”.

Teza susținută este aceea că relativismul cultural nu exclude, ci presupune *compararea* standardelor morale în afaceri. În aceeași ordine de idei se afirmă că, „dincolo de standarde care diferă, până la urmă, *corectitudinea și incorectitudinea* în practica afacerilor nu sunt dependente de obiceiurile particulare adoptate de anumiți oameni, într-un moment dat de timp”. În fapt, chiar întrebarea curentă „*această* afacere este corectă (morală) sau incorectă (imorală)?” implică un răspuns care trece dincolo „de acest obicei” din „*această anumită* cultură”: el implică ideea de *standard general și impersonal* valabil pentru judecarea *oricărei* afaceri.

La aceste argumente se mai pot adăuga și altele.⁴³ Astfel, „argumentul mizotrop” privilegiază dintre teoriile etice doar *teoria egoismului etic* și lasă cu totul în afară *etica virtuții*, de pildă, în care opusele egoismului, adică, *altruismul, generozitatea, buna-credință, spiritul de dreptate, cumpătarea* și, deloc la sfârșit, *simțul responsabilității*⁴⁴ ș.a. sunt și ele, incontestabile mobiluri și calități de ordin moral (Jean Mousse) prezente, inclusiv, în sfera afacerilor.

1.7. De la „etica dialogului” (germană) la „școala critică” (franceză)

În Europa ultimelor decenii s-au conturat două școli de gândire etică în afaceri, cea germană și cea franceză.

Reflecții asupra eticii firmelor de afaceri s-au dezvoltat în spațiul german, mai ales prin intermediul operei filosofice a trei gânditori: Jurgen Habermas, Hannah Arendt și K. Otto Apel.⁴⁵ S-a ajuns ca, sub influența scrierilor lui Habermas, „școala germană” să fie numită a *eticii discuției*.

Această etică, spre deosebire de etica școlii americane, nu este o etică a managerului; ea se referă la „ansamblul activităților”, iar toți cei implicați (inclusiv salariații) sunt considerați „copărtași” la această etică. În fapt, originalitatea *eticii discuției* constă în presupuziția conform căreia normele morale se constituie pornind de la *dialog* prin care se stabilește *consensul* asupra a ceea ce *trebuie făcut*. Miza nu este numai *teoretică*, prin depășirea teoriei kantiene pentru care normele sunt date *a priori*, printr-un proces de gândire cognitiv-reflexiv, ci și *practică*. În formă concisă, această școală de gândire poate fi astfel rezumată: a) normele morale apar ca ceva evident într-un proces social interpersonal în cuprinsul căruia sunt puși în contact, prin „discuție”, diverșii agenți implicați; b) această teorie nu suprimă universalismul etic kantian, acesta transformându-se într-o „simplă regulă de argumentare”; c) conform acestei perspective, pentru ca dintr-o discuție să se degaje o *normă*, ea trebuie să trezească și să genereze consensul partenerilor de discuție, iar aplicarea ei se bazează pe acest *universalism „relativ”*; d) în plan practic, trebuie ca strategiile de acțiune (vizând organizarea firmei, obținerea profitului și reinvestirea etc.) să fie discutate și argumentate cu personalul (adică cu toți cei *implicați* și *interesați*); e) fiecare situație nouă antrenează o dezbateră argumentată pentru a scoate la iveală norme morale și

coduri comportamentale proprii acestei situații; în centrul procesului etic al firmei există „un cadru de comunicare” prin care pot fi reuniți toți agenții în cauză și care pot defini regulile *necesare* „printr-un consens general”; d) acest „cadru” trebuie să fie bine structurat, pentru că „etica discuției” trebuie să evite să cadă la nivelul unei „etici de teighe”; în acest sens, discuția nu va genera o regulă morală decât dacă între participanți se stabilesc criterii de judecată imparțiale, fără intenția de manipulare reciprocă; de asemenea, procedura argumentării trebuie, pe de o parte, să fie în afara oricărei bănuieli de manipulare și, pe de altă parte, ea trebuie să aibă la bază un echilibru de forțe de negociere; astfel, normele care se vor stabili, vor fi „validate și transpuse în practică”; g) în fine, etica discuției își sprijină autoritatea pe faptul că normele morale sunt stabilite în funcție de *situație*, iar aplicarea lor este cu atât mai lesnicioasă cu cât fiecare este convins de corectitudinea lor, și fiecare acceptă poziția care rezultă din discuție.⁴⁶

Cu toate acestea, chiar dacă etica discuției pare perfect utilizabilă pentru etica afacerilor și întreprinderilor „unele limite îi tulbură totuși idealul de comunicare” (Jérôme Ballet, 2001). Astfel, sunt consemnate următoarele inconveniente cu implicații practice imediate: a) specificitatea fiecărui caz presupune deliberări regulate și uneori îndelungi; sunt însă situații care solicită răspuns rapid; b) adeseori, nu pot fi reunite cu ușurință toate persoanele implicate și, prin urmare, „nimic nu se poate produce mai ușor decât o deformare a argumentării în absența unor părți”, obligatoriu a fi consultate în materia respectivă; c) rezultă astfel că, norma care va reieși din discuție riscă, în acest caz, să nu fie în vederile consensului general, atunci când ea va fi aplicată și d) de asemenea, nu trebuie neglijat faptul că forța de negociere, cea de argumentare și cea de comunicare a tuturor *părților implicate* nu este și nu poate fi întotdeauna identică, ceea ce poate genera în mod sistematic neînțelegeri.

Pe de altă parte, sunt evidențiate de aceeași autori și unele inconveniente în plan teoretic ale eticii discuției cu certe consecințe asupra vieții reale a întreprinderilor. Astfel, dacă se admite că normele morale nu sunt *a priori*, nu rezultă de aici, totuși, că orice regulă de comportament devine etică doar pentru că ea a fost stabilită prin consens într-o discuție argumentată. În fapt, de pildă, și organizațiile orientate spre infracțiune și crimă își stabilesc regulile de funcționare prin consensul membrilor lor. Chiar dacă regula, în acest caz, permite organizației de această factură să funcționeze riguros cu un „cod de onoare” nu înseamnă că ea este bună și corectă din punct de vedere moral. Aceasta pe de o parte. Pe de altă parte, este greu de susținut până la capăt că o normă morală „se naște” pur și simplu, doar dintr-un proces comunicațional, „fără să existe în prealabil alte norme care să definească discuția și care să dirijeze dezbaterea”.⁴⁷ Răspunsul dat de etica discuției⁴⁸ este acela că există *meta-norme*, dar atunci apare întrebarea: „de unde provin acestea, *cine* și *cum* le aplică în întreprindere?” Prin urmare, se ajunge la ideea că, în cadrul unei întreprinderi, totuși *managerii* acesteia sunt cei care pot contura *meta-normele* pentru discuțiile privitoare la strategiile curente, cele pe termen mediu sau lung. În acest fel, și-n această școală de gândire se admite că există cel puțin o *normă prealabilă* care stabilește *regulile discuției*, fie că aceasta este *universală* sau este *specifică* unui cadru de comunicare.

Oricum, etica discuției, așa cum a fost aceasta formulată în școala germană n-a plecat de la regulile imparțiale ale managementului, dar a ajuns și ea la acestea, printr-un demers inductiv care a privilegiat ideile de dialog⁴⁹, discuție, argumentare și comunicare morală. Conform lui Habermas – prin practicarea acestora – s-ar structura rațional interesele oamenilor în *spațiul public*. Iar afacerile sunt, după el, parte constitutivă a realizării binelui personal în spațiul public.

În ceea ce privește „cazul francez”⁵⁰ (Jérôme Ballet... 2001), acesta nu poate fi asimilat întru totul aceluia de „școală” având un

program unanim acceptat și promovat de autori atât de diferiți, precum: Jean Moussé, A. Etchegoyen, Gilles Lipovetsky. Sau, chiar dacă există multe teme comune, ele nu sunt la fel tratate de gânditorii laici sau de cei care pleacă de la referințe religioase mai mult sau mai puțin explicite. În orice caz, ceea ce este sigur este faptul că eticienii francezi se inspiră atât din școala americană a lui Business Ethics cât și din cea germană a *eticii discuției*. Interesant este că autorii anglo-saxoni (Donaldson, 1993) dau totuși calificativul de „școală” încercărilor din spațiul francez. Mai mult, se consideră că această „școală în etica afacerilor” are patru caracteristici specifice⁵¹. În primul rând, toți pornesc de la o critică acerbă a discursului despre etică al întreprinderilor. Mai precis, „ei opun discursul comportamentului”. Un autor precum A. Etchegoyen ajunge chiar să afirme în acest sens: „cu cât o întreprindere vorbește mai mult despre etică, cu atât aceasta *practică* etica mai puțin; și, cu cât tace, cu atât face mai mult”.⁵² Această *caracteristică* – recognoscibilă, de exemplu și la autorul menționat dar și la Jean Moussé sau Gilles Lipovetsky, – se traduce în accentuarea unor fapte considerate „evidente”: a) neconformitatea discursului etic raportat la practică pare să reflecte „o adevărată înșelăciune din partea firmelor care, printr-un simplu anunț încearcă să-și aurească blazonul, când, în fond, ele nu se gândesc decât la creșterea profitului”⁵³; b) nici faptul că se încearcă obținerea din partea personalului a devotamentului și disciplinei printr-o „nouă cultură a întreprinderii” nu este considerat, întru totul, a fi semnul că „etica a pătruns (în mod cert și ireversibil) în mediul de afaceri”. Mai degrabă „această opoziție între vorbă și practica eticii te face să te gândești că nu prea există etică în afaceri”⁵⁴ (Jérôme Ballet, ... 2001). Oricum, unii chiar neagă existența unei etici a afacerilor, în vreme ce alții, mai optimiști, pledează în favoarea reconstrucției eticii și a reformulării principiilor morale în întreprinderi (vezi tabloul 2 care descrie aceste tendințe).

	Partizanii unei etici a afacerilor	Opozanții la etica afacerilor
Referințe religioase	Mișcarea patronatului creștin	Comunitatea Notre-Dame din Ganatornie
Demers laic	Gélinier, Le Net, Etchegoyen, Kerven, Moussé	Faber, Le Goff

sursa: Jérôme Bailet... (2001)

În al doilea rând, în orizont francez, etica afacerilor este judecată, sau cel puțin apreciată, cu ajutorul criteriului justiției. Noțiunea de justiție constituie unitatea discuției și nu conținutul a ceea ce această noțiune conține, căci justiția este diferit înțeleasă de fiecare autor, și nu are aceeași semnificație la toți. De exemplu, ea se poate referi la virtuțile sau la principiile de redistribuire etc.

În al treilea rând, diverși autori francezi insistă asupra conflictelor ce se pot produce între diferitele *obligații etice*. Mai ales obligațiile legate *de persoană* și obligațiile legate *de funcție* nu sunt în mod necesar compatibile. Ilustrarea acestei probleme se poate face prin ceea ce se numește „conflictul mărturisirii”. („Să ne închipuim – arată un autor francez⁵⁵ – că un preot află în timpul unei spovedanii despre o afacere criminală ce s-ar putea petrece. În calitate sa de *preot*, prin taina spovedaniei, este obligat să țină secret numele persoanei care îi dezvăluie această posibilitate, dar ca *persoană* el are datoria de a face în așa fel încât eventuala afacere criminală să eșueze. Iată deci conflictul între obligațiile legate *de funcție* și cele legate *de persoană*. Singura soluție ar fi ca obligațiile legate de funcție să fie așezate pe un rang inferior față de obligațiile morale ale persoanei“.)

În fine, o a patra caracteristică a școlii franceze ar consta în aceea că în mod cvasi-unanim, autorii respectivi consideră că

trebuie să se facă distincție între *etică*, *morală* și *deontologie*. Deontologia nu reprezintă decât o formalizare a eticii care se materializează trecând prin codurile profesionale. Unele profesii sunt chiar direct implicate, cum ar fi medicii, experții contabili etc. Diferența majoră se referă mai curând la etică și la morală. Etica ar însemna *ordinea în condițiile date*, (*l'ordre du conditionnel*) în vreme ce *morală* ar însemna *ordinea din afara condițiilor* (*l'ordre de l'inconditionnel*).⁵⁶

Oricum, în ultimul timp, și germanii și francezii sunt interesați tot mai mult și de asemenea distincții, dar și de nevoia elaborării de coduri etice ale profesiilor⁵⁷.

NOTE:

¹ A se vedea pentru lămuriri suplimentare orice dicționar de filosofie sau etică.

² Vezi Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *L'entreprise et l'éthique*, Editions du Seuil, Paris, 2001, p. 28.

³ Optăm pentru această distincție de principiu. În literatura autohtonă împărtășesc acest punct de vedere autori precum Stelian Stoica, Vasile Popescu, Vasile Dem Zamfirescu, Liubomira Miros, Elena Cobianu, Ioan Grigoraș, Tudor Cățineanu, Doru Tompea, Vasile Macoviciuc, Gheorghe Ceaușu, Carmen Cosma, Toma Roman, Sorin Maxim, Dan Crăciun (vezi Dan Crăciun, *Business and Morality, A Short Introduction to Business Ethics*, Editura ASE, București, 2003, p. 21 și urm.).

⁴ Robert C. Solomon, *Morality and the Good Life*, New York: McGraw-Hill, p. 3.

⁵ William H. Shaw and Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, Fifth Edition, Wadsworth Publishing Company Belmont, California, 1992, p. 3.

⁶ *Idem*.

⁷ D. McNaughton, *Moral vision*, Blackwell, 1988, p. 12.

⁸ Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 29.

⁹ Paul Ricoeur, *Soi-même comme un autre*, Paris, 1990, Le Seuil, p. 42.

¹⁰ Paul Ricoeur, *Lectures*, Paris, 1991, Le Seuil, p. 45, apud. Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 32.

¹¹ Această interpretare a tezelor lui Ricoeur o dau Jérôme Ballet și Françoise de Bry, în *op.cit.*, pp. 32-34.

¹² De George, *R.T. Business Ethics*, 3rd ed., Macmillan, New York, 1990, p. 3, apud. Dan Crăciun, *op.cit.*.

¹³ vezi, Dan Crăciun, *op.cit.*, p. 19.

¹⁴ Nash, 1995, p. 5, apud. Dan Crăciun, *op.cit.*, p. 17.

¹⁵ Am parafrizat după Dan Crăciun, *op.cit.*, p. 21.

¹⁶ Cercetarea este evidentiata de sociologul Raymond Baumhart.

¹⁷ Alfred J. Ayer, *Language, truth and logic*, Penguin Books, 1971.

¹⁸ James Rachels, *Introucere Jn etic[*, Ed. Punct, București, pp. 46-62.

¹⁹ John Donaldson, *Key Issues in Business Ethics*, Academic Press, New York, 1989.

²⁰ Manuel G. Velasquez, *Business Ethics, Concepts and Cases*, second edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1988, p. 18.

²¹ Vezi *Dicționarul de etică și filosofie morală* (ed. Monique Canto-Sperber ș.a.), Editura Babel, București (în curs de apariție).

²² Aceeași idee este împărtășită și de Jérôme Ballet și Françoise de Bry, în *op.cit.*, p. 27.

²³ Vezi pe larg aceste idei în: Mihaela Miroiu, Gabriela Blebea, *Etica profesională*, București, 2001.

²⁴ Vezi excelentul manual: Adela Kuhn și Paul Kuhn, *Etica aplicată*, Humanitas Educațional, București, 2002.

²⁵ *Dicționarul de etică și filosofie* (ed. Monique Canto-Sperber ș.a.), *ed.cit.*

²⁶ Aceste idei sunt sintetizate de Robert C. Solomon în *Ethics: A Brief Introduction*, New York: Mc Graw-Hill, 1984.

²⁷ Vezi studiul lui Robert C. Solomon în: *A Companion to Ethics* (Ed. Peter Singer) 1992. În continuare folosim argumentația lui.

²⁸ Robert C. Solomon, *op.cit.*

²⁹ Vezi Robert C. Solomon and Kristine Hanson, *It's Good Business*, Macmillan Publishing Company, 1985 (studiul este reprodus și în William H. Shaw and Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, *ed. cit.*, p. 36-45.

³⁰ Vezi Robert C. Solomon, *op.cit.*

³¹ Vezi Robert C. Solomon and Kristine Hanson, *op.cit.*, p. 38.

³² Vezi și Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, pp. 97-142.

³³ Vezi William H. Shaw și Vincent Barry, în *op.cit.*, se acordă corporațiilor un întreg capitol (pp. 202-260).

³⁴ Vezi capitolul special din acest volum dedicat *responsabilității morale* (II, 4).

³⁵ Richard I. De George, *The Status of business ethics: past, present and future*, în *Journal of Business Ethics*, 1987, vol. 6, No. 3. p. 204.

³⁶ Redăm într-o formă concisă ideile lor din antologia menționată.

³⁷ Robert C. Solomon, Kristine Hanson, *op.cit.*, p. 45.

³⁸ Richard T. De George, *op.cit.*, p. 12.

³⁹ În formă sistematică John Donaldson, în *op.cit.*, susține următoarele idei: a) etica afacerilor reprezintă tratarea sistematică a valorilor economice; b) precursori ai eticii afacerilor pot fi considerați cei ce „încap” în denumirea de „teoria managementului inițial”, adică Max Weber, H. Fayol și Fr. Taylor; c) principalele argumente sceptice cu privire la posibilitatea eticii afacerilor sunt: 1. argumentul circumstanțelor speciale; 2. argumentul grupurilor de interese; 3. argumentul tehnic; 4. argumentul mizantropic.

⁴⁰ John Donaldson, *op.cit.*, pp. 9-10.

⁴¹ *Idem*, pp. 10-11

⁴² *Idem*, pp. 11-14.

⁴³ *Idem*, pp. 14-16.

⁴⁴ Să reamintim că această disciplină, etica afacerilor, constituită ca domeniu de reflecție autonom de-abia de două decenii, nu s-a impus atât de ușor totuși, precum bioetica sau etica mediului. Ironiile nu au venit numai de la cei ce adoptau o prejudecată comună („ce au un comun etica cu afacerile?” sau „ce pot să aibă în comun cele două?”), ci și de la cei care au conceptualizat această prejudecată. Astfel, noțiunea utilizată pentru a desemna această alăturare „stranie” a fost aceea de *oximoron*; etica și afacerile sunt două entități ce se exclud reciproc, precum „gheața fierbinte” sau „diamantul moale”. Oricum însă, s-au acumulat în ultimul timp câteva definiții asupra acestui domeniu care merită să fie amintite. William Shaw și Vincent Barry în *Moral Issues in Business* consideră că etica afacerilor este un studiu aparținând *eticii aplicate* asupra a ceea ce reprezintă *corect* sau *incorect*, *bine* sau *rău* în contextul afacerilor. Pentru O.C. Ferrell și John Fraederich, ea cuprinde „principiile și standardele morale care ghidează comportamentul în lumea afacerilor”, iar pentru Manuel G. Velasquez (în *Business Ethics: Concepts and Cases*) etica afacerilor reprezintă „un studiu al modului în care standardele morale se aplică

comportamentului indivizilor implicați în organizații, prin care societatea modernă produce și distribuie bunuri și servicii“. Velasquez arată că, oricâte rezerve pot fi aduse unei etici a afacerilor, se conturează, până la urmă, câteva *obiective principale*, care sunt greu de contestat: 1) de a înfățișa conceptele etice relevante în cazul rezolvării problemelor morale din lumea afacerilor; 2) de a prezenta competențele raționale și analitice necesare aplicării conceptelor etice la deciziile oamenilor de afaceri; 3) de a identifica acele chestiuni morale implicate în administrarea domeniilor care comportă dificultăți specifice în orizontul lumii afacerilor; 4) de a oferi o înțelegere cuprinzătoare asupra mediului (social, spiritual, natural) care generează probleme morale în climatul de afaceri; 5) de a oferi studii de caz asupra dilemelor morale cu care se confruntă oamenii de afaceri. Manuel G. Velasquez, *Business ethics, concepts and cases*, second edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1988, pp. 22-26.

⁴⁵ Poate fi amintit în acest context James Rachels, dar, în spațiul filosofic francez, îl remarcăm îndeosebi pe Jean Moussé. Acesta din urmă, autorul, timp de aproape jumătate de secol, al unor lucrări dedicate evidențierii sensului vieții umane într-o lume numită de el „a violenței lumii și a Istoriei“, a fost preocupat în mod constant de temele eticii. În fapt, evenimentul crucial – deportarea sa în câmpurile concentraționale naziste – l-a determinat să depună o mărturie morală zguduitoare într-o carte al cărui titlu spune de la sine totul: *Libre à Buchenwald, Leçon d'éthique pour aujourd'hui* (Paris, Bayard Editions – Centurion, 1995). Oricum, el este cel care a publicat în ultimul deceniu trei volume ce se încadrează în domeniul eticii aplicate: *Fondements d'une éthique professionnell*, Les Editions d'Organisation, 1989; *Ethique et entreprises*, Paris, Vuibert, 1993 și *Ethique des affaires: liberté, responsabilité. Le décideur face à la question éthique*, Dunod, Paris, 2001. În primul volum dedicat eticii în afaceri, din cele nouă capitole, primele șapte pot fi catalogate ca fiind „introdutive“. Simpla enumerare a titlurilor de capitole și paragrafe este elocventă pentru această afirmație: „Oamenii de afaceri și filosofii“; „Neînțelegerile terminologice“; „Mărturiile sondajelor“; „Sociologia“; „Filosofia“; „Unitatea și multiplicitatea eticii“; „Străfulgerările eticii“. Propriu-zis doar cap. VIII, „Etică, legi și coduri“, poate fi considerat ca aparținând, în sens strict, domeniului eticii afacerilor, deci al business ethics. Iată și paragrafele: *Toleranță; Moralitate și legalitate; Coduri și deontologie; Cei trei poli ai responsabilității*. Ultimul capitol „Probleme în suspensie“ tratează temele metafizice ale morții și ale

finitudinii omenești dar și felul în care afacerile se interferează cu viața – văzută „ca ansamblul de forțe care luptă împotriva morții” (Claude Bernard) și pericolele ce-l pândesc pe om, atunci când interesele mercantile, egoiste sunt preeminente.

Éthique des affaires apărută în 2001 este, în anumite privințe, mai apropiată ca structură de studiile ce aparțin tradiției anglo-americane. Observația este valabilă mai ales pentru partea a doua, intitulată *În jungla afacerilor*, în cuprinsul căreia este analizat fenomenul corupției: formele corupției; efectele corupției; condițiile (favorizante sau nefavorabile) ale actului de corupție; decizie în condiții de neonestitate. Această analiză tipică domeniului este întregită cu paragrafe intitulate „capitalism mercantil”, „capitalism industrial”, „capitalism financiar”, „sensul banilor”, „capitalismul în rețea”, „o morală de jucător”, complexitate și incertitudine”. După analiza rolului jucat de bani în procesele de mondializare și globalizare, autorul insistă asupra felului în care comunicarea, informația și structurile organizaționale sunt prezente „tari” în actele de decizie din orice afacere (fie că întreprinderea sau firma este mică, medie sau mare). Pe Jean Moussé îl interesează, îndeosebi, „structurile mentale” și cele comportamentale care însoțesc „exigențele etice”. Conceptul pe care-l propune ca central pentru teoria și practica afacerilor este cel de „libertate responsabilă”. Pe scurt, raționamentul este următorul: 1. nu se poate acționa – și nici nu este rezonabil acest lucru – pentru a suprima economia de piață „pentru că nu există alternativă la aceasta” (în acest sens, Milton Friedman are dreptate, arată Jean Moussé); 2. nu se poate reveni nici la perspectiva comunității (*Gemeinschaft*, în sensul lui Max Weber) dar nici la cea a totalitarismului marxist; 3. prin urmare, „libertatea rămâne, în mod sigur, valoarea centrală”, dar ea nu este „o valoare absolută”: înseamnă că adevărata valoare primară, atât în domeniul eticii economice, în sens restrâns, cât și al eticii în afaceri, în sensul deplin al termenului (care cuprinde și politicile, de la cele *micro* la cele *macro*, dar și consecințele în plan moral pentru toate ființele umane), este *libertatea responsabilă*. În fapt, axioma de ordin etic sună astfel: fiecare-și găsește propriile-i limite în cele ale altora; și fiecare, îndreptătit, va estima aceste limite numai prin exercitarea responsabilităților sale. Prin această ecuație, reductibilă la formula „câtă libertate atâta responsabilitate și atâta responsabilitate câtă libertate”, Jean Moussé se înscrie în seria autorilor care refuză să creadă că *alfa* și *omega* eticii afacerilor este reprezentată de cuplul *drepturi-datorii* (obligații).

⁴⁶ În fapt, etica discuției dezvoltată de J. Habermas în *Spațiul public* (1978) și în *Être résoluement moderne*, în *A quoi pensent les philosophes*, Antrement, nov. 1988 (cf. Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *L'entreprise et l'éthique*, Editions du Seuil, Paris, 2001, p. 197) a fost influențată de Hannah Arendt în privința „teoriei acțiunii comunicative” și de K. Otto Apel prin considerațiile acestuia despre etica discursului.

⁴⁷ Jérôme Ballet, Françoise de Bry, *L'entreprise et l'éthique*, Editions du Seuil, Paris, 2001, pp. 197-199.

⁴⁸ *Idem.*

⁴⁹ Concluziv se poate nota, alături de S. Mercier, că, pe plan teoretic, în Germania studiile referitoare la etica afacerilor se bazează pe o tradiție filosofică și metafizică: „etica este adeseori tratată ca *necesitate către justificare* mai degrabă decât ca *analiză a unor dileme etice specifice*. Răspunsul la întrebarea justificării trebuie căutat într-o *etică a discursului sau a dialogului*” (s.n.) în: S. Mercier, *L'Ethique dans les entreprises*, Paris, La Découverte coll. „Repères”, 1999.

⁵⁰ Vezi pe larg, în Radadiana Calciu, *Etica afacerilor în România post-decembristă* (teza de doctorat), București, 2003, pp. 21-25.

⁵¹ Jérôme Ballet... *op.cit.*, p. 200.

⁵² *Idem.*

⁵³ A. Etchegoyen, *La Valse des éthique*, Paris, Bourin, 1990, p. 122 (cf. Jérôme Ballet... *op.cit.*, p. 201).

⁵⁴ Jérôme Ballet... *op.cit.*, p. 202.

⁵⁵ *Idem.*

⁵⁶ *Idem.*

⁵⁷ *Idem.*

⁵⁸ Deloc întâmplător în acest sens, Jean Moussé este și autorul cărții *Fondements d'une éthique professionnelle*, Les Editions d'organisation, Paris, 1989.

Capitolul 2

Valorile și normele morale

- 2.1. Valorile: perspective teoretice și implicații etice
- 2.2. Definiția, clasificarea și structura normelor morale;
reguli morale și prescripții juridice
- 2.3. Problema standardelor morale
 - 2.3.1. Standardele morale și dimensiunea lor socială

Capitolul 2

Valorile și normele morale

2.1. Valorile: perspective teoretice și implicații etice

A gândi întreaga lume a afacerilor dintr-o perspectivă etică înseamnă a ne raporta la această „realitate” ca stând sub semnul *valorilor* și al *normelor*. Simplu spus: noi toți trăim, fie că vrem, fie că nu vrem, într-un univers valoric-normativ. Acesta este anterior fiecăruia dintre noi ca indivizi, iar socializarea noastră nu este nimic altceva decât felul în care asimilăm și modificăm acest aliaj dintre valorile în care *credem* și normele pe care le *respectăm*. În fapt, de la Aristotel încoace, omul este definit ca *zoon politikon*, ca o ființă socială, care, înzestrată fiind cu rațiune, este capabilă să aprecieze lucrurile, evenimentele sau celelalte persoane prin termeni precum: *bine (bun)*, *rău*, *util-vătămător*; *drept-nedrept*; etc.

De asemenea, judecățile sunt *adevărate*, sau *false*, iar aprecierile vizând gustul primesc calificative de tipul *frumos*, *urât* ș.a.m.d. În această ordine de idei, s-a observat, de pildă, că și atunci când cineva afirmă că-i este „indiferent ceva”, avem de-a face tot cu o judecată de apreciere. Prin urmare, noi *valorizăm*, adică avem reacții spontane de plăcere, sau de neplăcere, avem, după aceea, *preferințe* mai mult sau mai puțin statornicite; simțim, în același timp de multe ori nevoia de a ne motiva, de a ne justifica și reacțiile de gust și plăcerile și preferințele noastre. și, mai precis; ne place să credem despre noi că nu trăim la întâmplare; că alegerile noastre au valoare și, desigur că, noi înșine suntem niște persoane valoroase.

Oricum, însăși *axiologia* (teoria generală a valorilor) apărută ca disciplină filosofică la sfârșit de secol XIX și început de secol XX (Wiendelbandt, Rickert, Natorp, Cohen, Petre Andrei) a încercat să răspundă tocmai la astfel de întrebări simple și fundamentale: 1. faptele sunt valoroase (în sensul de bune sau rele, utile sau inutile, sacre sau profane) în ele însele sau noi le conferim aceste tipuri de calificări adjectivale? 2. valorile (vitale, utilitare, estetice, morale, teoretice, juridice, religioase) sunt determinate de plăcerile sau preferințele noastre sau există cumva standarde supra-individuale, care ne indică *valabilitatea* lor? Ce caracteristici au valorile astfel încât să le putem deosebi în mod definitoriu față de „lucruri” sau „fapte”? În fine, 3. Cum se face trecerea de la o judecată de fapt (de la ceea ce *este*) la o normă (la ceea ce *trebuie* să fie)?

În timp s-au conturat pentru atari interogații mai multe feluri de soluții teoretice. Astfel, *subiectivismul*¹ adoptă, în esență, următoarea formă de argumentare: nu există valori fără procese interne psihice², adică fără reacții de gust, fără emoții și sentimente sau fără acte de voință sau stări cognitive strict individuale. În acest caz *valoarea* este identificată întrutotul cu actele de apreciere, cu suma sau sinteza proceselor de valorizare. Altfel spus, dacă subiectivitatea este considerată a fi sursa valorilor, atunci și valabilitatea acestora este dată de aceeași „suverană” subiectivitate individuală. O asemenea abordare se dovedește adeseori sinonimă cu expresii de tipul: „are valoare ceea ce-mi place mie!”. Inutil să spunem că și alții pot gândi în aceeași termeni. Dar atunci problema care apare este următoarea: ce se întâmplă, de exemplu, totuși când preferințele mele individuale provoacă altora durere, suferință, disconfort au chiar moarte? Sau, să luăm în seamă doar câteva situații relevante. Putem oare avea rațiuni suficiente, întemeiate, pentru a considera ca fiind „valoare” preferința unui hoț de a nesocoti bunul altuia, pe motiv că „așa-i place lui”? De asemenea, poate fi valoare adevărată, pentru toți ceilalți, simpla preferință sexuală a unui

pedofil? sau, preferința escrocului de a nu pierde nici un prilej de a-i păcăli pe creduli sau naivi? sau plăcerea unora de-a bea nemăsurat, de a consuma droguri sau de a-i înjura pe cei care nu împărtășesc aceleași gusturi? O simplă analiză rațională³ este de natură să submineze bazele subiectivismului axiologic. Astfel, este greu de susținut că toate valorile au un caracter strict subiectiv și că acestea au doar o dimensiune individuală. Mai acceptabil rațional este a admite faptul că valorile au un caracter supraindividual, că dincolo de interesele individuale există și interese și aspirații care să-i cuprindă pe mai mulți, de la membrii unui grup, până la umanitate. Aceasta înseamnă că nu pot fi validate cu acest calificativ de *valoare* decât acele preferințe individuale care pot întruni un acord social și umanitar mai larg. În fapt, s-a întărit în timp următorul raționament: ideea de bine și de plăcere a individului nu trebuie să presupună răul și suferința celorlalți. Mai precis: perspectiva subiectivistă dusă până la ultimele ei consecințe nu poate să furnizeze judecăți consistente nici despre natura binelui și nici despre natura răului. Motivul este relativ ușor de sesizat de rațiune: și binele și răul *ca valori* – nu doar că reacții simple de plăcere sau neplăcere, de satisfacție sau durere – presupun idei precum cele de *reciprocitate* între oameni, o reciprocitate asociată *drepturilor, îndatoririlor și răspunderilor personale*. De altfel, este rezonabil să acceptăm că nimeni nu poate să nesocotească pe termen lung sau nelimitat nevoile, îndreptățirile sau interesele legitime ale *celorlalți*. În acest sens, Jean Moussé observă pe bună dreptate că „nimeni nu este totalmente singur“, iar, libertatea individuală nu este deplină dacă ea nu se transformă într-o „obligație de responsabilitate“.⁴ Se înțelege, prin urmare, că „a fi responsabil“, sau „a-ți face datoria“, nu sunt lucruri care să depindă doar de ceva atât de inconștient precum preferința.

Un alt argument împotriva subiectivismului axiologic sună astfel: nu de puține ori noi putem prefera să facem ceva, dar să prețuim cu totul altceva. De pildă, putem să fim lași – din

comoditate sau frică – dar cu toate acestea să avem un respect profund pentru valori precum curajul; preferăm imoralitatea dar prețuim conduita morală chiar dacă n-am fost în stare să ne ridicăm noi înșine până la ea. În fapt, preferințele sale îl pot conduce pe un om la calificativul de leneș, dar aceasta nu-l oprește pe acesta să știe că valoroasă din punct de vedere moral este totuși numai hărnicia, silința și nu lenevia.

De asemenea, preferințele ne *deosebesc* de ceilalți, pe când valorile (de pildă, cele morale) ne *unesc* într-o comunitate spirituală supraindividuală; iar, ceea ce ne face să sesizăm și să prețuim valorile, nu ține numai de plăcerile sau înclinațiile noastre capricioase, ci, ține de *judicata rațională* – singura facultate aptă să conceapă și să legitimizeze ceea ce este general și durabil în condiția umană.

În fapt, cea mai cunoscută formă a subiectivismului axiologic este îmbrăcată de emotivismul etic (Alfred I. Ayer și Charles Stevenson). Potrivit acestei viziuni noi împărtășim anumite valori (cinste, corectitudine, loialitate etc.), dar ne bazăm în aceste aprecieri pe sentimentele noastre și, ca atare, nu există ceva de genul *corect* sau *incorect* „în mod obiectiv”. Este celebră, în acest sens, formula utilizată de Ayer considerat „părintele” emotivismului radical: „dacă spun că X a făcut rău furându-l pe Y, nu fac altceva decât să-mi *exprim* sentimentul meu de dezaprobare”. Or, sentimentele nu sunt „adevărate” sau „false” ele pur și simplu exprimă ceva din starea subiectului.

Pentru nevoile unui curs de etică în afaceri nu credem că este absolut necesar să intrăm în toate detaliile acestei teorii. Prin urmare, reținem doar ideile cheie: a) subiectivismul etic nu este o teorie despre ce este bine și ce este rău; el nu încearcă să ne spună cum ar trebui să trăim sau ce opinii morale ar trebui să acceptăm; b) atât subiectivismul simplu cât și forma rafinată a acestuia – emotivismul – este o teorie despre *natura judecăților* morale; această teorie ne spune că, indiferent ce judecăți morale facem, noi doar ne exprimăm sentimentele noastre personale și nimic mai mult.⁶

Oricum, merită să amintim că, împotriva subiectivismului s-au adus trei contraargumente (James Rachels, 1993, 2000): 1. dacă subiectivismul etic este corect, atunci ar rezulta că noi toți suntem infailibili în judecățile noastre morale; dar, o analiză rațională ne va arăta că noi nu suntem infailibili; 2. dezacordurile dintre oameni pleacă de la sentimentele și atitudinile lor diferite sau opuse, dar, numai printr-o argumentare rațională se pot înțelege natura, cauzele și implicațiile acestor dezacorduri.⁷ În fapt, o concepție minimă despre „ce înseamnă să fii moral“ poate fi astfel formulată; moralitatea este efortul de a îndruma comportamentul cuiva cu ajutorul rațiunii, adică de a face acel lucru pentru care există *cele mai bune temeiuri*, acordând, în același timp valoare egală intereselor fiecărui individ ce va fi afectat de acel comportament. Înseamnă că are valoare morală ceva dacă avem *motive întemeiate* pentru a face ceea ce ea presupune și cere, și, în același timp, valoarea morală o stabilește cineva judecând *imparțial*;⁸ 3. subiectivismul simplu duce până la urmă la *contradicție*: o persoană (care aprobă X) poate spune că X este corect, în timp ce altă persoană (care dezaproabă X) poate spune că X este incorect; dacă subiectivismul simplu este corect, atunci fiecare persoană spune adevărul; astfel, ar rezulta că, X este și corect și incorect; ori, astfel ajungem la autocontradicție.⁹

Prin urmare, nu ne rămâne decât să acceptăm ca ferm următorul punct de vedere: o concepție minimă despre *morală și valori etice implică a avea* întotdeauna motive temeinice de ordin rațional, atunci când avem în vedere asemenea chestiuni; ori nu avem asemenea motive să acceptăm un punct de vedere strict subiectivist despre valori morale precum: cinste, bine, bunătate, sinceritate, generozitate, dreptate, echitate, curaj, altruism ș.a.; de asemenea, nu poate fi considerat, agent moral cu conștiință cel care se raportează doar la propriile sale sentimente și le ia pe acestea drept etalon; agent moral, în deplinul sens al cuvântului, este doar cel preocupat *imparțial* de binele tuturor celor afectați de ce face el; este cel ce analizează atent faptele și examinează

implicațiile lor; este cel ce acceptă principii ale comportamentului numai după analizarea acestora, pentru a se asigura că sunt solide, consistente și coerente; este cel dispus să „asculte de glasul rațiunii” chiar și atunci când acest lucru înseamnă că trebuie să-și revizuiască anumite convingeri anterioare; și, în fine, este cel dispus să acționeze conform rezultatelor deliberării sale.¹⁰

Un punct de vedere diferit asupra valorilor întâlnim la cei care pleacă de la o cu totul altă premisă. Ei pot fi încadrați într-o categorie, generic numită *obiectivisti*. Aceștia raționează, în formă concentrată astfel: valorile nu sunt dependente de subiectul care valorizează, ci, ele aparțin în mod intrinsec lucrurilor, cam tot așa precum unei substanțe îi sunt constitutive anumite proprietăți fizico-chimice.¹¹ În această viziune axiologică, obiectele sau persoanele au o anumită valoare utilitară, vitală, estetică, sau morală tot așa cum ele au volum, densitate, masă, culoare etc. De vreme ce valoarea aparține obiectului, sesizarea de către subiect a valorii este, în cel mai bun caz, un act de cunoaștere, care poate fi ratat, nu arareori. Se presupune în această perspectivă din axiologie că unii oameni „se pricep” și înțeleg valoarea lucrurilor, prețuindu-le *corect*, pe când alții sunt nepricepuți și, prin urmare, incapabili să judece „adevărate” valoare. În timp ce subiectivismul presupune o deplină echivalență între diferitele preferințe ale indivizilor, acceptând că fiecare om are propriul său sistem de valori, obiectivismul împarte oamenii în două categorii: pe de o parte, sunt cei care recunosc și prețuiesc valorile adevărate și, pe de altă parte, sunt cei care cred în false valori. Cei din prima categorie sunt „specialiștii” sau „experții”, iar ceilalți au doar „o alegere” de făcut: să renunțe la propria judecată și să asculte întrutotul de sfaturile și recomandările celor pricepuți.¹²

Să luăm două cazuri în care perspectiva obiectivistă pare, la prima vedere, total potrivită: *vitalitatea* (sănătatea) și *utilitatea*. În primul exemplu, se poate accepta următorul raționament: viața sănătoasă depinde de proprietățile biologice, chimico-fizice ale

organismului, iar dacă noi cunoaștem toate dereglările de la acest nivel apărute în caz de boală, atunci putem restabili sănătatea acționând astfel încât acele proprietăți să revină la un „optim funcțional“. În fapt, iar în cazul bolilor organice, chiar așa se petrec lucrurile, medicul, pe baza competenței sale profesionale este expertul capabil să afirme viața ca *valoare*. În același timp însă, de pildă, există suferințe psihice care n-au neapărat o bază bio-chimică. În această situație este foarte important „ce crede subiectul“. Ori, ce anume crede acesta nu este ceva comparabil cu un *obiect* (sau cu o *substanță*) valoros (valoroasă) în mod intrinsec. Al doilea exemplu se referă la valoarea utilității. Mulți pot să gândească că în sfera utilității, obiectivismul este la el acasă. Într-adevăr, un produs oarecare este util, și, ca atare, valoros prin proprietățile sale intrinseci, care îi permit să aibă o anumită funcționalitate. Un avion, un automobil sau un televizor pot fi mai bune sau mai proaste prin caracteristicile lor tehnice, pe care le poate aprecia cel mai bine inginerul aerospațial, expertul în acel tip de mașină sau tehnicianul specializat în obiecte electronice. Evident că, profanul adoptă o strategie corectă și de bun simț dacă ascultă de recomandările celor amintiți. Putem nota astfel că, meritul principal al acestei concepții obiectiviste rezidă în apărarea ideii că valoarea nu este atribuită lucrurilor sau persoanelor în mod cu totul arbitrar de către subiect, după cum îi dictează acestuia starea de moment, toanele sau capriciul. Trebuie să existe ceva în obiect care să îi susțină valoarea, iar acel „ceva“ stă în fața subiectului, ca un „ce“ independent de dorințele și de închipuirile noastre, care poate fi cunoscut prin experiență și judecată rațională. Dincolo însă de acest merit se întind multe obiecții față de interpretarea pur obiectivistă. Astfel, pentru chiar sfera utilității s-ar putea formula îndoieli. Firește că un produs trebuie să aibă anumite însușiri intrinseci pentru a fi util, dar utilitatea fără subiect este un nonsens. De pildă, la *ce* și *cum* poate folosi un obiect depinde în mod decisiv de nevoile, deprinderile și chiar de situația de viață în care se află cineva. Sigur, un

microscop este util biologului în laborator dar dacă acest specialist este naufragiat și n-are la dispoziție nici un alt obiect tare, sofisticatul aparat va fi folosit de exemplu, pe post, ciocan¹³, sau de tâmăcop etc. În fapt, economiștii, fie ei teoreticieni, sau practicieni știu foarte bine că însăși valoarea *comercială* a diferitelor produse și servicii variază în funcție de raportul dintre cerere și ofertă, ca și de alți factori, conjuncturali. Prin urmare, nu există o utilitate în sine, ci există lucruri utile pentru cineva și în anumite condiții. Înseamnă că valoarea utilitară propriu-zisă depinde și de proprietăți specifice și de nevoile subiectului și de situații speciale în care acesta se poate afla.

Modelul obiectivist se dovedește inaplicabil mai ales în domeniul aprecierilor estetice sau a celor morale. Pentru sfera estetică putem oare susține că valoarea unui tablou, a unei statui sau a unei cărți este dependentă în mod exclusiv de suma proprietăților obiectuale ale celor trei lucruri? Sau, în domeniul etic, prietenii ni-i alegem așa după cum ne alegem marca de mașină sau hainele sau casa? Desigur, că există și prietenii din interes și-n cazul acestora se procedează după atari criterii, precum cele enumerate, dar există și prietenii bazate pe convingeri, sentimente și idealuri comune înalte, care nu-i separă pe oameni – ca-n situația prietenilor de interes (Aristotel¹⁴ spunea că acestea „vădesc mult spirit mercantil“), ci îi solidarizează entuziasmându-i pentru acțiuni curajoase, altruiste, filantropice.¹⁵ În acest caz, este nu numai greu, dar este imposibil să găsim argumente pentru a susține că asemenea valori sunt „proprietăți obiectuale“.

O variantă a subiectivismului axiologic este *relativismul*. Conform relativiștilor, de la Protagoras încoace dacă „omul este măsura tuturor lucrurilor; a celor ce sunt precum că sunt și a celor ce nu sunt precum că nu sunt“, atunci aprecierile noastre nu pot fi absolute, ci doar relative la întreaga alcătuire a omului. Este arhicunoscută pentru epoca modernă formula lui Pascal „adevăr dincoace de Pirinei, eroare, dincolo“, iar pentru perioada post-

modernă este adeseori citat Nietzsche, care, în *Așa grăit-o Zarathustra*, ...: „fiecare popor vorbește o limbă proprie în ce privește binele și răul, pe care nu o înțelege vecinul său“. În fapt, tema este străveche și Herodot în *Istoriile* sale relatează următoarea întâmplare semnificativă:¹⁶ Darius, regele perșilor a descoperit că, un trib de indieni, calatenii, obișnuiau să mănânce, conform tradiției, corpurile taților morți. Tot el a observat că grecii nu făceau așa ceva; ei practicau incinerarea și priveau rugul funerar ca pe un mijloc natural și potrivit de îndepărtare a cadavrelor. Darius credea că o înțelegere superioară a lumii trebuie să includă o recunoaștere a unor asemenea diferențe între culturi. Pentru a realiza acest lucru, într-o zi Darius a întrebat câțiva greci care se aflau la curtea lui, *cu ce preț* ar accepta ei să adopte un asemenea obicei precum cel al calatenilor. Aceștia nu numai că au fost șocați dar au răspuns că nici o sumă de bani nu i-ar putea convinge să facă acest lucru. Apoi, Darius a chemat câțiva caloteni și, în timp ce grecii ascultau, i-a întrebat *cu ce preț* ar accepta ei să ardă, precum grecii corpurile taților lor morți. Calatenii au fost îngropați și l-au rugat pe Darius ca nici măcar să nu mai pomenească de un asemenea lucru îngrozitor. Această poveste sapiențială a fost adeseori folosită pentru a evidenția în mod pregnant ideea: culturi diferite au valori și coduri morale diferite. Această observație pare să fie – pentru relativiști – însăși cheia înțelegerii moralității. Ei spun că ideea adevărului universal în etică este un mit și că tot ce găsim noi, de fapt, sunt obiceiurile diferitelor societăți; aceste obiceiuri nu pot fi numite „corecte“ sau „incorecte“, pentru că acest lucru ar necesita ca noi să avem un *criteriu independent* pentru ceea ce este corect sau nu, criteriu prin care să fie judecate aceste obiceiuri; dar, nu există un astfel de criteriu independent pentru simplul motiv că orice criteriu este dependent de o anumită cultură.

James Rachels (1933, 2000) sistematizează ingenios afirmațiile pe care le susțin adepții relativismului cultural:

1. societăți diferite au coduri morale diferite;

2. nu există un criteriu obiectiv care să poate fi folosit pentru a considera un cod social – o structură articulată de norme și valori – mai bun decât altul;

3. valorile și normele morale ale societății noastre nu au un statut special;

4. în etică nu există „adevăr universal” – adică nu există adevăruri morale care să fie valabile pentru toți oamenii din toate timpurile;

5. Codul moral al unei societăți determină ce este corect în cadrul acelei societăți, adică, dacă codul moral al unei societăți spune că o anumită acțiune este corectă, atunci acea acțiune este corectă, cel puțin în cadrul acelei societăți;

6. încercarea noastră de a judeca comportamentul altor persoane este pur și simplu arogantă; prin urmare, trebuie să adoptăm o atitudine de toleranță în ceea ce privește practicile altor culturi.¹⁷

În fapt, ceea ce a ajuns să fie numit argumentul diferențelor culturale, poate fi expus prin câteva propoziții astfel:

1. culturi diferite (scări de valori și norme particulare) au coduri morale diferite;

2. prin urmare, nu există „adevăr” obiectiv în moralitate; ce este corect și incorect reprezintă o chestiune de opinie, iar opiniile diferă în sisteme valoric normative diferite; înseamnă că valorile care ne ghidează viața nu sunt absolute, ci relative;

3. dacă totul este o problemă de opinie atunci înseamnă că am putea decide care acțiuni sunt corecte, și care incorecte doar apelând la criteriile societății noastre; dar atunci este greu să motivăm rațional cum este posibilă o morală minimală într-o societate care decretează, de exemplu, că segregarea rasială este „ceva corect” (pentru că în acea societate, această opinie a ajuns politică de stat).

Dar, ce ar rezulta de aici? În primul rând, dacă relativismul implică ideea că nu există altă măsură a *corectitudinii morale* în afara criteriilor *unor* societăți atunci, de pildă, nu am mai putea

afirma că obiceiurile, datinile altor societăți sunt inferioare din punct de vedere moral alor noastre. Mai mult: toate practicile sunt corecte, și, prin urmare, ele trebuie tolerate în egală măsură. Un exemplu, ne poate lămuri și mai mult cu privire la implicații grave pe care le aduce, totuși, cu sine relativismul. Astfel, în societatea germană din timpul nazismului (1933-1945) s-a înstăpânit convingerea conform căreia capitaliștii evrei sunt „vinovați” pentru tot ceea ce nu mergea bine în economia, politica și viața de zi cu zi a germanilor „puri”. Prin urmare, practica anti-semită de a-i disprețui și finalmente de a-i distruge pe evrei pare „corectă” pentru că aceasta este în acord cu un *criteriu* stabilit de acea societate. Relativismul cultural ne-ar împiedica să spunem că această practică abominabilă este incorectă, imorală. Tocmai pentru că asemenea concluzii apar ca inacceptabile trebuie luat în seamă și un raționament *absolutist* ca acesta: practica uciderii evreilor este imorală *indiferent* de opiniile, convingerile, datinile sau mentalitățile unei societăți; oricare ar fi aceasta. În al doilea rând, dacă am putea decide care acțiuni sunt corecte sau incorecte doar apelând la criteriile (standardele) societății noastre, atunci ar mai trebui să admitem și această presuposiție: relative sunt toate criteriile de moralitate, deci și standardele societății noastre. Astfel, dacă ne-am gândi, de pildă, că morala noastră curentă ar trebui îmbunătățită, fiindcă este greu să demonstrăm convingător că ea ar fi perfectă – atunci am ajunge să constatăm, că ne aflăm în următoarea situație: relativismul cultural ne-ar interzice să criticăm chiar codul propriei noastre societăți; căci, dacă „corectul” și „incorectul” sunt relative la cultură, acest lucru trebuie să fie valabil pentru propria noastră cultură la fel de mult ca pentru celelalte.¹⁸ În fine, din acest tip de abordare relativistă ar mai rezulta că ori nu există progres moral, ori, dacă cumva acesta există, noi nu avem nici un *criteriu*, obiectiv, ferm, indubitabil pentru a-l constata.

În același timp însă, relativismul nu are numai asemenea inconveniente; el are și anumite calități. Prima dintre acestea ar fi

aceea că relativismul ne atrage atenția în mod îndreptățit asupra unui adevăr elementar; este periculos să considerăm că toate preferințele noastre se bazează pe un standard rațional absolut. În fapt, știm bine că nu este așa. Un al doilea lucru pe care ni-l indică relativismul este să ne ferim, pe cât cu putință, de prejudecăți. În fapt, acest lucru îl știa foarte bine însuși Herodot, care, în povestea cu grecii și calatenii, nota că, noi „toți credem, fără excepție, că obiceiurile noastre materne și religia în spiritul căreia am fost crescuți sunt cele mai bune“. Dar, evident și alții cred la fel. Înseamnă că ar trebui, ca regulă generală, să fim mai circumspecți atunci când formulăm opinii despre cum se poartă francezii sau italienii sau germanii în afaceri comparativ unii față de alții sau comparați cu românii. Mai precis: o virtute a relativismului cultural este ceea ce ne sugerează să fim dubitativi acolo unde tindem să luăm orice opinie ca un adevăr cert.¹⁹

Ajungem prin asemenea considerații să examinăm o altă poziție în axiologie, și anume, *absolutismul*. Poate fi acesta justificat rațional²⁰? În ce constă o asemenea abordare, când este vorba de valorile morale? Iată la ce întrebări trebuie să răspundem chiar dacă nu o să intrăm în detalii analitice complicate. În fapt, pe noi ne interesează problema de principiu a relației relativ – absolut și, mai ales, relevanța acesteia pentru lumea afacerilor. Simplu spus dacă relativității dezvoltă vechea ipoteză protagoreică atunci, absolutității întăresc, într-o formă sau alta, la fel de vechea susținere platoniciană: valorile (Bine, Adevăr, Frumos, Dreptate etc.) nu aparțin lumii sensibile, ci registrului lumii inteligibile; prin formă și conținut, acestea au trei caracteristici esențiale, definitorii: sunt *obiective* nu subiective; *transcendente* nu imanente; *absolute* și nu relative. Kant îndeosebi este cel care în *Întemeierea metafizicii moravurilor* (1785) și *Critica rațiunii practice* (1788) a demonstrat și caracterul obiectiv, și dimensiunea universală și însușirea absolută a legii morale. În esență, el a raționat astfel: 1) moralitatea pură nu poate fi dedusă din experiență pentru simplul motiv că din experiență nu putem deduce principii de comportare valabile în

mod *universal* și în mod *necesar* pentru orice ființă rațională; 2) valorile morale valabile universal și necesar pentru orice ființă rațională sunt scopuri absolute ale umanității; 3) legea morală deplină, absolută este *formală* și ea este dată de imperativul categoric prin cele două exprimări ale sale; „trebuie să faci întotdeauna în așa fel încât maxima voinței tale să poată sluji drept legislator universal” și, respectiv, „trebuie să tratezi umanitatea, atât în persoana ta, cât și a oricărei alteia, întotdeauna, și în același timp ca scop și niciodată numai ca mijloc”; 4) înseamnă că noi suntem morali atunci când acționăm nu exclusiv din înclinații (acestea sunt relative, subiective și imanente), ci, exclusiv urmând principii raționale, apriorice; 5) a acționa moral înseamnă a acționa atât în *conformitate* cu imperativul categoric cât și *din respect* pentru legea morală în sine; are, prin urmare, conținut moral deplin numai acțiunea din *datorie*; aceasta este absolută și necondiționată; 6) cine acționează moral nu va fi neapărat fericit, dar el va căpăta, în schimb, ceva mult mai important: *demnitatea de a fi fericit*.²¹

Dacă luăm în seamă întreaga demonstrație kantiană vom admite ca fiind importante câteva idei. Prima dintre ele: dacă ne interesează să cercetăm nu diverse forme pe care le îmbracă morala și moravurile în desfășurarea lor istorică, ci, ne preocupă să definim *esența* moralității, atunci vom ajunge să susținem caracterul absolut și nu relativ al legii morale. A doua: valorile morale consemnate prin prescripții normative („Să nu furi”, „Să nu minți”, „Să nu ucizi!”) sunt *deontologice* adică presupun acțiunea *din datorie* necondiționată și nu sunt *teleologice* (adică nu sunt condiționate de scopuri și de utilitate). În fine, Kant ne obligă să gândim că există un *criteriu* absolut prin care să distingem moralul de util, moralul de interes sau de plăcere, moralul de putere ș.a.m.d. Un asemenea criteriu absolut își vedește importanța pentru fapte precum cele de mai sus: poți fi moral dacă-ți minți partenerul de afaceri sau îi înșeli pe cumpărători? se poate justifica din punct de vedere moral moartea unei persoane nevinovate pentru a salva alte persoane? În fapt, în

ultimă instanță, se pune cu acuitate problema: există fapte bune în ele însele sau rele în ele însele, indiferent de rezultate, de consecințe? Aceasta pe de o parte. Pe de altă parte, ne putem întreba: nu cumva *urmările*, efectele sunt singurele lucruri relevante atunci când suntem chemați să judecăm o acțiune anumită? În mod curent vom spune că, în primul caz avem de-a face cu un punct de vedere absolutist, iar în cel de-al doilea cu o viziune consecințialistă sau utilitaristă.

Pe bună dreptate s-a observat că absolutismul dă prioritate preocupării pentru ceea ce *ce faci*, în timp ce utilitarismul este interesat preeminent de ceea ce se *va întâmpla*. În acest sens, Thomas Nagel afirma: conflictul dintre absolutism și utilitarism „apare pentru că alternativele cu care ne confruntăm sunt rareori simple alegeri între *rezultate globale*: ele sunt totodată alegeri între căile sau măsurile alternative care pot fi adoptate; când una dintre alegeri presupune să faci altcuiva lucruri îngrozitoare, problema se schimbă fundamental: ea nu mai ține doar de întrebarea «care rezultat ar fi mai rău»”.²² Ceea ce semnalează în mod pregnant și cu gravitate absolutismul este faptul că sunt anumite acțiuni omenești care nu pot fi justificate din punct de vedere moral oricât ne-am strădui. Astfel, există restricții absolutiste atunci când, de pildă, trebuie să-i *justifici* victimei (adică celui furat, celui mințit, celui agresat fizic sau psihic) de ce a trebuit ca ea, să fie furată, înșelată, lezată. De pildă, n-ai putea să spui în timp ce anchetezi un caz de corupție, „înțelegi, trebuie să te torturez și schingiuiesc pentru că este absolut esențial să aflăm numele complicilor tăi” și nici n-ai putea să le spui victimelor Holocaustului „înțelegeți, trebuie să vă incinerăm pentru că Hitler și guvernul nazist au decis că voi sunteți ființe inferioare”. În fond, ceea ce afirmă răspicat absolutismul este tocmai faptul că a fi moral implică exigențe absolute și universale, precum în expresiile: „întotdeauna și toți trebuie să fie cinstiți~; „fiecare dintre noi și mereu, fără nici o excepție, trebuie să nu mintă, să nu fure, să nu ucidă, indiferent de rezultate”!

Se poate conchide, după acest succint excurs în teoria valorilor, arătând că:

1. Suntem ființe axiologice, în sensul că orice am face, am gândi, am simți sau vrea, participăm la valori particulare: vitale, utilitare, estetice, morale, teoretice, sacre.

2. Valorile au atât caracteristica *polarității* cât și pe aceea a *ierarhiei*.

3. Binele și Răul sunt expresii polare prin care noi circumscriem valorile morale: ele desemnează, în sensul cel mai general, *moralul* și *imoralul* (ceea ce este bine este și moral, în ceea ce este rău este considerat imoral);

4. Ierarhia vizează poziția ocupată de o valoare între celelalte clase și tipuri de valori, adică de la valoarea cea mai de jos până la valoarea cea mai înaltă (de exemplu, unele societăți (sau teoretizări în axiologie) consideră că valoarea cea mai înaltă este valoarea religioasă (sacru)²³, altele, vitalul²⁴, altele, valorile morale²⁵, altele, valorile teoretice²⁶, altele valorile mercantile²⁷ etc.

5. *Binele* – evaluat, îndeobște drept categoria centrală a eticii – poate fi considerat ca fiind *sinonimul* deplin al tuturor valorilor morale *pozitive*: cine realizează prin faptele sale valori – precum, cinstea, curajul, demnitatea, loialitatea, generozitatea, toleranța, compasiunea, dreptatea, prudența, cumpătarea, mizericordia, simplitatea, buna-credință, iubirea altruistă etc. – poate fi apreciat ca o persoană bună, deci morală; înseamnă că Binele nu este numai o idee abstractă ci, o concretizare prin comportare a unor valori pozitive din spațiul moralității.

6. Binele – ca valoare centrală a domeniului etic – nu este reductibil doar la suma moravurilor sau a valorilor morale relative la culturi particulare: Binele – în această ipostază – are legătură cu maxima împlinire a condiției umane, atât în propria existență a fiecărui individ, cât și în ceilalți, în măsura în care aceștia sunt afectați și influențați de actele și deciziile noastre; opusul binelui, *răul* moral se regăsește în acele fapte ale noastre

care ne împiedică, atât pe fiecare dintre noi, cât și pe ceilalți, să ne realizăm pe deplin umanitatea, provocând dureri și suferințe degradante²⁸, nedemne condiției de om.

7. Putem accepta că ideea de bine universal al omenirii –, începând cu Socrate-Platon²⁹, Aristotel, stoicii (Epictet, Seneca, Marc Aurelian), idee prezente în textele iudeo-creștine³⁰, – articulată va fi apoi în epoca modernă, într-un discurs coerent și consistent ceea ce acum numim *drepturile universale ale omului*.

8. Acest proiect este recognoscibil în Revoluțiile, americană și în cea franceză din secolul al XVIII-lea fiind apoi, în legătură directă, deși complicată, cu întregul proces de globalizare și de extindere a valorilor morale fundamentale (viață, libertate, demnitate) la nivelul întregii lumi.

9. Nucleul de valori morale universale lărgit la scară globală poate fi considerat într-un fel, ca fiind un sinonim al ideii de *morală deschisă* din concepția lui Henri Bergson: morala iubirii fraterne dintre toți oamenii; o morală caracterizată prin aspirație infinită, bucurie deplină și personalizare; în fapt, după autorul *Celor două izvoare ale moralei și religiei*³¹ (1932), în cuprinsul desfășurării istoriei umane se confruntă *prima* formă de morală, cea a naturii din noi, *morală închisă* (a familiei gintei, tribului sau națiunii) cu forma *ultimă* și cea mai înaltă pe care o atinge *elanul vieții*³²: morala iubirii necondiționate pentru umanitate (sursa acesteia este infra-intelectuală și suprarățională);

10. Ceea ce este tot mai evident, mai ales astăzi, când Charta Națiunilor Unite se asociază cu implementarea principiilor de drept internațional, este faptul că, totuși realizarea binelui universal al umanității este un proces contradictoriu, însoțit nu arareori, de coliziuni dramatice sau chiar tragice evite între *globalism* și *tribalism* (Benjamin R. Barber)³³ între „societatea deschisă” și nenumăratele „societăți închise” (Karl R. Papper)³⁴ între „religii dinamice” și „religii statice” (Henri Bergson)³⁵ între societăți bazate pe o „etică a responsabilității și comunități

întemeiate pe o „etică a convingerii“ (Max Weber)³⁶ între „solidarități organice“ și „solidarități mecanice: (Emile Durkheim), între „etica dialogului (I. Habermas)³⁷ și „tirania comunicării“ (Ignacio Ramonet)³⁸ între, pe de o parte, „fericirea privată“ și „binele public“ (Albert O. Hirschman)³⁹, între „responsabilitatea socială a afacerilor... este obținerea profitului“ (Milton Friedman)⁴⁰ și „responsabilitatea infinită și necondiționată a afacerilor de a prezerva o viață demnă pentru generațiile viitoare“ (Hans Jonas)⁴¹.

În fine, sinonimia dintre Bine și valorile morale pozitive are, pentru etica afacerilor și acest avantaj: în lumea globalizată a comerțului, a schimbului de mărfuri și afacerilor financiare foarte rapide, devin hotărâtoare, nu numai standardele din sfera raționalității economice, ci și criteriile de raționalitate morală, politică și socială. Or, asemenea standarde implică și o liberă circulație a forței de muncă, dar și a informațiilor implică să știm și Binele, dar și ideile de datorie (necondiționată sau condiționată) implică ideale de drepturi și cele de responsabilitate (infinită sau circumstanțială). În fapt, nimic din ceea ce este relevant pentru destinul uman, colectiv sau individual, nu rămâne *ne-judecat*, în sens de ne-apreciat, ne-valorizat. Iar dacă etica este „despre cum trebuie să trăim“, atunci valorile morale sunt asemenea standarde prin care judecăm și *cum* suntem și cum *ar trebui* să fim, în orice situație de viață: și-n familie, și-n sfera vieții profesionale și-n viața publică, inclusiv deci, și în afaceri.

2.2. Definiția, clasificarea și structura normelor morale; reguli morale și prescripții juridice

O sumară analiză asupra valorilor morale ne va dezvălui faptul că, pentru a îndeplini o valoare, noi trebuie pur și simplu să ne supunem unor norme. De exemplu, cine ascultă prescripția normativă de a nu fura, de a nu înșela, și de a nu minți realizează

mult din conținutul valorii de *cinste*, de *onestitate*⁴². Astfel, „proba” realizării valorii o avem dată de obediența normativă. De aici, derivă o importantă temă de reflexie filosofică: dacă morala reprezintă libertatea în acțiune (în acest sens, Kant spunea că „practicul [morală] înseamnă tot ceea ce este posibil prin libertate”), atunci, adevărata libertate este compatibilă nu cu bunul plac și arbitrariul comportării, ci cu interdicții care eliberează, cu porunci care-i dau omului sens și valoare, cu imperative care urmate îl înobilează pe omul-persoană⁴³.

Se pot accepta ca fiind specifice câteva caracteristici ale normelor morale⁴⁴: a) asumarea lor *conștientă* (ele se deosebesc astfel de reflexe și stereotipuri, ca și de obișnuințe); b) semnificația lor socială și valabilitatea lor *supraindividuală*, (în acest sens, chiar dacă, de pildă, orice normă este un *model* de comportament *individual*, totuși nu poate intra în această categorie, prescripția pe care și-o impune cineva doar pentru sine de-a bea ceai de trei ori pe zi); c) dimensiunea lor *rațională* și *rezonabilă*; orice normă se adresează unui agent liber, care poate să facă anumite lucruri, fără a *fi nevoit* (în sensul fără a fi silit irațional, să le facă; ceea ce solicită norma nu este ceva absurd de tipul „imaginează-ți că ești vultur și zbori până la soare”, ci este ceva *dezirabil*: ar trebui să fie dorit de toți sau de cei mai mulți dintre noi.

O normă este un model, un prototip de acțiune care trebuie aplicat în anumite împrejurări și situații de viață; ea, este, totodată o regulă rațională, validată social de comportament având o valabilitate supraindividuală; ea să trebuie funcționeze *explicit* ca standard de apreciere prin intermediul conștiinței colective; în fine, acest standard presupune acceptare deliberată și respectare de către indivizi.

În cea mai obișnuită clasificare a normelor⁴⁵ se distinge între: *norme generale* (sau *universale*); *norme particulare* și *norme speciale* (Tudor Cățineanu).

În cazul primei categorii se pleacă de la ipoteza, conform căreia există un *conținut permanent* pentru întreaga condiție umană, a unor prescripții normative precum: „Fii sincer“, „Fii cinstit!“, „Fii demn!“, „Fii curajos!“, „Fii generos!“, „Fii recunoscător!“, „Fii loial!“, „Fii bun!“, „Fii drept!“ etc.

Normele *particulare* se adresează unor grupuri sau comunități determinate: familie, afaceri, militarie, sfera profesiilor civile etc. Se înțelege că, acestea sunt variabile în timp, și sunt mai dinamice, decât cele generale.

În fine, normele *speciale* se referă la anumite grupuri mai deosebite sau vizează anumite ocazii mai neuzuale. Sunt amintite aici, de pildă, normele cavalerismului, normele de protocol (de la curte, sau din diplomatie), normele din cadrul „manierelor elegante“ etc.

De asemenea, Stelian Stoica propune următoarea clasificare: a) norme prohibitive (Ex.: „Este interzis să ucizi!“, „Este interzis să furi!“). Acestea sunt considerate, totodată, norme *obligatorii*, atât din punct de vedere legal cât și moral; b) norme *insistent recomandative*⁴⁶ (Ex.: „Fii înțeleghător!“, „Fii generos!“, „Fii blând!“, „Țineți promisiunea!“).

Pe altă parte, alți autori (Dan Crăciun) consideră că atunci când ne gândim la *structura* normelor atunci cinci elemente ar trebui luate în seamă: 1. *expresia lor* (adică forma și conținutul inerent al acestora); 2. *autoritatea*; 3. *subiectul*; 4. *domeniul de aplicare*; 5. *modul de sancțiune*.⁴⁷

În ceea ce privește *conținutul* expresiilor normative se poate observa că, de pildă, o normă precum, „Respectă-ți părinții!“ sau „Respectă-ți partenerul de afaceri!“ se referă atât la un model comportamental (la o formă) cât și la un conținut foarte clar decupat vizând în prima propoziție, o anumită atitudine de grijă și de considerative filială, iar în cea de a doua, o grijă izvorâtă atât din stimă pentru cineva a cărei adevărată valoare este cât și din interes reciproc.

În primul rând privitor la *formă*, Kant este cel ce a impus celebra distincție între imperativele categorice și cele ipotetice.

Expresii normative de genul binecunoscut „Să nu minți!“, „Să nu furi!“ sau „Respectă-ți întotdeauna promisiunile!“ sunt solidare cu imperativele categorice (ele sunt reguli absolute și necondiționate), iar expresii precum „Dacă vrei să fii sănătos, atunci evită excesele și viciile!“ sau „Dacă vrei să ai succes în afaceri atunci fii prudent!“ sunt imperative ipotetice (ele sunt reguli relative izvorâte din atingerea unor scopuri particulare, condiționate). Unii vor fi tentați să afirme că în prima variantă avem de-a face cu norme morale *tari, invariabile*, iar în cea de-a doua cu norme morale mai *slabe, variabile*.

În al doilea rând, când ne raportăm la forma expresiei normative, avem indicată totodată, și caracteristica normei de-a fi a) *obligatie* („Plătește-ți taxele și impozitele“); b) *interdicție* sau *prohibiție* („Să nu minți!“, „Nu fii hoț!“ sau c) *permisiune* („Poți să fii mai înțeleghător!“, „Poți să nu te simți vinovat!“).⁴⁸

Normele sunt asociate cu ideea de *autoritate*, iar aceasta se impune fie prin forță (coercitivă) fie prin persuasiune. De asemenea, autoritatea normativă poate fi *denominată* sau *anonimă*.

Subiectul normei se referă la acea clasă de indivizi cărora li se adresează autoritatea normativă, cerându-le sau forțându-i să urmeze un anumit model *de comportament*. Sunt cazuri în care subiectul normei este precizat, precum în exemplele: „Contabilii au obligații speciale în ceea ce privește informațiile considerate relevante despre conflictele de interese!“, sau „Clienții firmei noastre trebuie să respecte clauza de reciprocitate!“. Alteori, subiectul normei este neprecizat ca atunci când norma se cere a fi respectată de către oricine, fără excepție (de ex. Aruncatul gunoaielor este interzis!“, „Nu distrugeți pădurea!“ „Îngrijește-ți părinții și respectă-le buna lor voință!“

Domeniul de aplicație a normei reprezintă clasa de situații sau de contexte concrete în care autoritatea normativă cere subiectului să adopte un anumit standard de comportare („Profesorii au datoria să-i învețe pe elevii lor regulile elementare ale vieții civilizate!“, „În caz de incendiu, spargeți geamul

[hidrantului]!“ „În firma noastră consumul de alcool este interzis în orele de serviciu!“)

În fine, element structural al normei este considerat a fi și *sanctiunea*.⁴⁹ În drept, sanctiunea este dată de o instanță legitimă, de judecător sau ea poate fi impusă prin decizie administrativă. Sanctiunea morală nu implica neapărat *pedepsirea* (privare de libertate, amenzi, despăgubiri, suspendarea drepturilor pentru anumite perioade de timp) cum se întâmplă prin intervenția *forței de drept*. Ea se referă la utilizarea unor procedee precum blamul, ocară, disprețul, stigmatizarea. Acestea au rostul de-a semnală și de-a judeca aspru imoralitatea; această pedepsire morală poate veni din exterior sub forma „judecării opiniei publice“ sau poate veni din interiorul conștiinței individuale.

Oricum, să notăm, în acest context că se întrebuintează și expresia de „sanctiune premială“ (Mihail Ralea) atunci când lauda, mulțumirea, admirația, sau respectul „acoperă“ purtarea cuiva. De regulă, dreptul nu prevede sancțiuni premiale, ci numai punitive venite „din afară“. Sancțiunile punitive îi vizează pe cei ce încalcă grav legea și pedeapsa poate fi *fizică* (acerare etc.) sau *materiale*⁵⁰ (confiscare, amendă, despăgubiri etc.). Se poate spune că, sanctiunea morală cea mai autentică și specifică – fie ca „premieră“, fie ea asociată negativ doar de „blamul public“ – este totuși cea care se ivește dinlăuntrul conștiinței. Aceste sancțiuni sunt de natură psihică sau spirituală: cel ce a greșit în fața propriei conștiințe ajunge să se pedepsească singur prin remușcare, rușine sau regret. O deosebire esențială între modul în care funcționează normativitatea juridică față de cea morală ne este dată de următoarea situație ipotetică: din punct de vedere strict juridic, remușcările celui ce a comis acte condamnabile (a furat, a ucis, a lezat, a înșelat etc.) nu trebuie să conteze decisiv în administrarea pedepsei; el nu poate și nu trebuie să fie absolvit de pedeapsa legal convenită chiar dacă-i pare sincer rău de ce a fost în stare să facă; din punct de vedere moral elementar însă, remușcarea sinceră și profundă, durabilă a infractorului sau delicventului

poate fi un temei pentru recuperarea etică a respectivei persoane, poate fi, *șansa sa morală*.

În concluzie, dacă luăm în seamă *forma* expresiilor normative constatăm diferențe semnificative între regulile morale și prescripțiile juridice. Astfel, de cele mai multe ori, o prescripție juridică este și o interdicție morală, dar nu și invers. „Să nu minți!“, „Să nu ucizi!“, „Să nu furi!“ sunt în același timp, și interdicții legale și prohibiții morale. „Nu fi egoist!“, „Nu fii lacom!“, „Nu fii delăsător!“, „Nu fii laș!“, „Nu linguși!“ sunt însă normele morale care nu au echivalent în plan juridic. Însă deosebirea cea mai caracteristică constă în faptul că, acolo unde legea formulează numai o interdicție, morala adaugă o datorie sau o obligație ce nu poate fi impusă prin autoritatea exterioară a legii, ci numai de conștiința fiecărui individ. Astfel, morala îți cere, ca și legea, să nu furi, să nu ucizi, să nu minți etc., dar numai morala îți cere imperios să fii altruist, mărinimos, generos.⁵¹ În același sens: nu este de ajuns să nu ucizi sau să nu iei bunul străin; un om cu o conștiință morală normală, sănătoasă și puternică va accepta, ca de la sine înțeles, că este de datoria lui să nu atenteze la viața semenilor sau să dăruiască (nu să ia de la alții) din ce-i prisosește, celor aflați în nevoie sau în suferință și care merită să fie ajutați. În fapt, nu este doar de ajuns să nu minți – când acest lucru nu presupune nici un risc, sau chiar îți este avantajos; omul pe deplin moral se simte obligat să spună adevărul și își asumă curajos consecințele, inclusiv, cele dezagreabile sau periculoase ce derivă din această atitudine. Pe de altă parte, nimeni nu poate fi chemat în justiție pentru că nu a vrut să dea vecinului sau colegului de serviciu o sumă de bani de care acesta avea nevoie pentru a-și trata fiul bolnav sau pentru a-și plăti o excursie de studii. De asemenea, nimeni nu poate fi chemat și acuzat la tribunal pentru că n-a încercat să salveze pe cineva, cu riscul pierderii propriei sale vieți, fără să aibă nici o obligație legală în acest sens. Din punct de vedere moral însă, aceste comportamente umane lipsite de altruism, generozitate sau de curaj și spirit de sacrificiu sunt mai

mult sau mai puțin blamabile. În fapt, normele juridice interzicând grave fapte antisociale urmăresc să asigure un *minimum* de sociabilitate, fără de care societatea s-ar transforma într-o junglă. În același timp, normele morale, solicitând un comportament altruist, urmăresc să instituie un *maximum* de sociabilitate.⁵² Pe drept cuvânt, se spune în acest sens (Henri Bergson) că morala constă în extinderea sociabilității de la nivelele sale primare („morala închisă”) până la limitele ultime ale umanității („morala deschisă”).⁵³

În fine, distincția operată între normele morale și prescripțiile juridice se dovedește a fi de importanță notabilă pentru lumea afacerilor. Nu este deloc rară opinia conform căreia singura obligație a unui om de afaceri onest este să respecte legile în vigoare. De cele mai multe ori o atare părere se întregește astfel: orice decizie managerială care urmărește maximizarea profitului în limitele legii este nu numai legitimă, ci este chiar obligatorie din punct de vedere moral. Evident că lucrurile sunt mai nuanțate. În primul rând este bine să vedem că însăși decizia de a respecta legea este de natură morală.⁵⁴ Totodată, dacă legile nu sunt respectate devenind simple „texte pe hârtie”, dacă etosul este minat de neîncredere în valori, precum onestitatea, competența, hărnicia, atunci corupția, lăcomia și necinstea vor tinde să devină endemice.

Soluția cea mai rațională și mai eficace care se întrezărește în societățile dinamice de astăzi ar suna astfel: legi juridice care să reglementeze afacerile aflate pe baze morale indubitabile; legi mai scurte și mai clare, aplicate cu maximă probitate și transparență. Chiar și-n această perspectivă optimistă tot merită să nu uităm, de pericolul ca *rule of law* să devină doar o formă mimată, în care mulți inventivi infecți și/sau „ticăloși inteligenți” (David Hume)⁵⁵ fentează legea fără să fie ușor depistați și, mai ales, fără să fie, în timp util, pedepsiți exemplar.

La un asemenea pericol real se gândea, probabil Kevin Rollins, care l-a parafrizat astfel pe Soljenițan: „Toată viața

mi-am petrecut-o într-o societate în care nu exista absolut deloc supremația legii; este o experiență teribilă; dar o societate în care supremația legii este singurul standard pentru comportamentul moral, este la fel de rea”.⁵⁶

În ceea ce privește România însă mai este încă timp pentru a se atinge stadiul funcțional al societății de drept, echivalent, totuși, să nu uităm, cu moralitatea minimală în afaceri. Deocamdată pericolul în „capitalismul de cumetrie” (Ion Iliescu) este ca legea să fie respectată doar dacă se întâmplă să fie în avantajul „cumetrilor”.

2.3. Problema standardelor morale

A avea un standard înseamnă a descoperi și a utiliza un criteriu în judecățile noastre⁵⁷. Astfel o teorie științifică o evaluăm ca fiind un set de criterii prin care știm să decelăm propozițiile adevărate de cele false. Ceea ce se numește *criteriul științificității* este în fapt un procedeu de ordin cognitiv prin care dobândim certitudinea că ne aflăm în cuprinsul adevărului sau a neadevărului. Strict formal tot ceea ce se află dincolo de sfera științei de exemplu, este considerat drept nonștiințific. *Mutatis mutandis* același lucru se poate spune și despre standardele în morală.

În mod intuitiv noi „simțim” că ceva aparține moralei și altceva este „dincolo” sau „împotriva” moralei. De pildă, dacă cineva încearcă puterea noii sale mașini sport pe teren special atingând viteze mari avem de-a face cu o chestiune non-morală, neutră din punct de vedere moral, dar dacă aceeași persoană accelerează mai tare, în oraș, pe stradă, îi deranjează pe oameni și le pune viața în pericol, atunci suntem de acord că situația reprezintă o chestiune morală. Dincolo însă de caracterul intuitiv al modului în care resimțim diferența dintre sfera morală și cea non-morală, există câteva caracteristici general acceptate prin care deosebim standardele morale de celelalte. Prima lor

caracteristică este că ele se referă la *comportament*, care poate fi o consecință serioasă a bunăstării umane și care poate leza sau avantaja profund unele persoane. Normele morale convenționale împotriva înșelăciunii, furtului, crimei, se referă la unele acțiuni care pot face rău oamenilor. De asemenea, comportamentul are o legătură cu un *principiu moral*. De exemplu, principiul moral potrivit căruia ființele umane trebuie tratate cu demnitate și respect considerăm că înobilează comportamentul persoanei umane. Există de asemenea probleme care afectează în chip serios bunăstarea umană (condițiile de muncă sunt sigure sau periculoase, viața privată este respectată sau nu etc.), iar standardele care ne guvernează comportamentul în aceste domenii sunt cele morale. În al doilea rând, o altă caracteristică constă în aceea că standardele morale trebuie să aibă prioritate în fața tuturor celorlalte, inclusiv în fața interesului propriu. Un lucru pe care moralitatea îl condamnă, de exemplu, înșelarea partenerului în afaceri, nu poate fi justificat pe un teren non-moral, cum că ar fi fost un „moment de rătăcire” sau că nu tu l-ai înșelat ci ai pus pe altcineva să facă acest fapt. Aceasta înseamnă că trebuie admis că standardele morale sunt mult mai importante în acțiunile noastre decât orice alte considerații. O a treia caracteristică a standardelor morale este că justețea lor depinde de cât de adevărate sunt motivele care le susțin și le justifică. În cazul standardelor care guvernează moda sau judecățile noastre de gust, sursa ultimă de validare este creatorul de modă sau criticul de modă sau criticul de artă. În aceste cazuri, o persoană autorizată este ultima sursă de validare a standardelor și aceasta poate schimba standardele dacă dorește. Standardele morale nu sunt date de astfel de persoane, chiar dacă sunt susținute sau respinse de acestea. În ultima instanță, validitatea standardelor morale nu depinde de un *ordin autoritar*, ci de cât de adecvate sunt *motivele* care le susțin și le justifică. Această adecvare se referă la o valabilitate universală pentru toți subiecții morali⁵⁸.

Tocmai de aceea, printre altele, standardele morale, criteriul moral de judecare al unei acțiuni nu poate fi redus la ceea ce se numește judecata de gust, altfel spus, standardul estetic.

În fapt, problema distincției standarde morale, standarde non-morale presupune din punctul de vedere al eticii generale să se răspundă la întrebarea: care sunt sursele ultime ale acestora, iar din perspectiva eticii afacerilor să fie separate actele ce aparțin sferei morale de cele ce au doar atingere cu aceasta, o implică, dar nu se suprapune în întregime ei. E vorba în acest al doilea caz de regulile de etichetă, de legi și de codurile profesionale.

Răspunsul la prima întrebare comportă și el câteva precizări. Astfel, se știe că majoritatea oamenilor, dacă nu toți, au anumite principii morale sau un anumit cod moral pe care îl acceptă explicit sau implicit. În acest sens, deoarece principiile morale ale diferitelor persoane ajung să coincidă în unele societăți, măcar în parte, se poate vorbi despre codul moral al unei societăți înțelegând prin aceasta *standardele morale* împărtășite de membrii acestora. Din punctul de vedere al filosofiei morale este important să se știe: a) cum ajung oamenii să aibă anumite principii morale și nu altele și b) dacă principiile la care ei aderă pot sau nu să fie justificate. Aceasta înseamnă că, teoreticienii eticii ajung să pună în discuție fundamentul valoric al normelor și al principiilor, că ei aduc argumente pentru cele mai justificate standarde ale binelui și răului. Eticile valoric-normative nu pot să nu se interogheze asupra unor chestiuni precum: sursa ultimă a standardelor este *imanentă* sau este *transcendentă*, este *obiectivă* sau *subiectivă* este *absolută* sau este *relativă*. Pentru etica afacerilor este important răspunsul dat la toate cele trei cupluri conceptuale și cei mai mulți teoreticieni tind, în ultimii zece ani de exemplu, să arate că moralitatea în genere și în particular cea din afaceri nu se reduce la religie. Aceasta pe de o parte. Pe de altă parte, cei ce se ocupă de etica în afaceri și care găsesc că sursa moralității este immanentă omului și

societății sunt, cei mai mulți dintre ei, dispuși să nege totuși relativismul etic, conform căruia toate criteriile despre bine și rău depind de ceea ce o societate în *particular* ia drept bine și rău.

Revenind la problema deosebirii moralității de domeniile cu care de regulă se confundă, constatând că, cel mai adesea, aceasta este identificată prin simplificare cu simpla *etichetă*.⁵⁹ Eticheta lumii afacerilor cere ca fiecare ședință sau întrunire oficială să fie urmată de scrisori și de o îmbrăcăminte adecvată. Ține însă de simțul comun judecarea manierelor drept „bune” sau „rele”, „morale” sau „imorale”. În acest context însă, aceste cuvinte exprimă judecăți despre maniere nu despre conținut moral indubitabil. Astfel, cine încalcă regulile de etichetă poate fi considerat, pe drept cuvânt nemanierat, nepoliticos, neechilibrat, dar nu neapărat *imoral*. În același timp însă, încălcarea etichetei poate avea implicații morale. Astfel, omul de afaceri care se adresează subordonatei cu apelative de tipul „bombonică”, „păpușică” nu numai că se dovedește lipsit de maniere dar, totodată el diminuează valoarea acelei ființe prin discriminarea sexistă.. În orice caz, se poate constata că respectarea cu scrupulozitate a regulilor de etichetă nu face pe nimeni moral. Cum s-a observat (Andre Comte Sponville) politețea (manierele politicoase) este o „virtute pre-morală” sau, nu într-un totuși *încă morală*.

*

* *

Standardele morale includ și *norme* morale specifice, precum și *principii* morale mai generale. Normele morale sunt definite, ca fiind standarde ale comportamentului care impun, interzic sau permit anumite tipuri specifice de manifestări de acte sau fapte omenești. Astfel, „Fii onest!, „Nu minții!, Nu fura!, Nu vătăma!,” sunt toate norme morale. Pe de altă parte, principiile morale sunt considerate *standardele* mult mai generale, folosite pentru a *evalua* adecvarea politicilor noastre sociale și a

instituțiilor, precum și a comportamentului individual. Exemple de astfel de principii (Manuel G. Velasquez) sunt: a) *principiile de drept* cele legale, care evaluează unele politici, instituții și comportamente în funcție de protecția pe care o oferă pentru asigurarea intereselor și libertăților indivizilor; și b) *principiile propriu-zise ale dreptății*, care evaluează politici, instituții și comportamente în funcție de cât de *echitabil* sunt distribuite bunurile, meritele, recompensele între membrii societății, ai unei comunități sau a unui grup; și c) *principiile utilității*, care, la rândul lor, evaluează politici, instituții și comportamente în funcție de beneficiile sociale nete pe care acestea le produc⁶⁰.

Interogația care se pune este: când o decizie ridică sau implică, *probleme etice*? Atunci când există o *întrebare* cu privire la faptul dacă respectiva decizie, *încalcă* sau nu anumite *standarde morale*. Se impune și o altă întrebare: dacă o decizie „ridică” probleme etice aceasta înseamnă că decizia este imorală? Nu neapărat, doar că, în acest caz, există anumite motive pentru a o examina cu atenție și a vedea dacă ea este conformă sau nu cu standardele morale.

Pentru definirea standardelor morale câteva caracteristici sunt considerate esențiale. Astfel, ele trebuie, obligatoriu, să implice într-un fel sau altul; *imparțialitatea*; *bunăstarea umană*; *depășirea interesului propriu și a deciziei individuale subiective și autoritare*; precum și, *sentimente speciale* de tipul *culpabilității, onoarei sau stimei de sine*.

În primul rând, (Velasquez) se subliniază mereu că standardele morale sunt bazate pe tipul de *motive imparțiale* pe care le-ar accepta „un observator ideal” sau un „spectator imparțial”, și în care, pentru a decide în chestiuni morale, „fiecare contează ca unul” (J. Bentham, Peter Singer). De exemplu, faptul că afacerea nu va beneficia de pe urma unei mite și că afacerea ta va pierde de pe urma ei, este irelevant pentru problema dacă mita este sau nu moralmente greșită. Recent unii eticieni (Baier), au

exprimat accentuat această idee, spunând că standardele morale sunt bazate pe „punctul de vedere moral”, adică, pe faptul că ele trec dincolo de interesul strict particular sau al unui grup, înspre un punct de vedere *universal*, în care interesele fiecăruia sunt evaluate imparțial ca fiind egale. În al doilea rând, standardele morale se ocupă cu probleme care au, sau sunt gândite că au, *un efect* serios asupra *bunăstării umane*. Ele privesc acele tipuri de acțiuni, manifestări sau comportamente care pot vătăma sau avantaja ființele umane. De pildă, norma care interzice fixarea arbitrară a prețurilor se bazează pe credința că acest lucru generează daune serioase asupra consumatorilor, iar, principiul moral, care afirmă că angajații au un drept moral la negocieri colective se bazează pe convingerea că acest drept protejează interesul general, de bunăstare, al tuturor angajaților. Normele împotriva minciunii, crimei, furtului, atacului la persoană, calomniei, fraudei, sclaviei, abuzului față de copii etc. se referă la forme de conduită care pot cauza vătămări grave, serioase, ireversibile ființelor umane. Astfel, standardele morale aduc cu ele o încărcătură de *gravitate* și de *seriozitate* pe care n-o au, de exemplu, în ultimă instanță, standardele gramaticale, standardele de gust, sau simplele reguli de etichetă. În al treilea rând, standardele morale nu pot fi stabilite sau schimbate de deciziile unor *indivizi particulari autoritari* ⁶¹. De exemplu, legile și codurile companiei sunt stabilite și modificate prin deciziile legale, prin votanți desemnați legal și prin decizii ale consiliului director al companiei sau Adunarea Generală a Acționarilor (AGA). Astfel, standardele morale nu sunt create de indivizi particulari și nici *valabilitatea* lor nu se întemeiază pe deciziile unor persoane particulare. În schimb, valabilitatea standardelor morale se bazează pe *adecvarea motivelor*, care sunt privite drept suport și justificare pentru standardele morale, iar, atâta timp cât aceste motive rămân adecvate, standardele sunt considerate ca *valabile*. De asemenea, ideea de standard moral, se

asociază în mod obligatoriu cu aceea de *depășire a interesului propriu*, a egoismului psihologic. Aceasta înseamnă că, dacă o persoană are *obligația morală* de a face ceva, atunci se presupune că respectiva persoană trebuie să facă astfel chiar dacă acea acțiune nu este în interesul ei propriu. Aceasta este o trăsătură importantă a normelor morale, care este acceptată în mod obișnuit și care se regăsește în interzicerea de a fura, minți sau înșela, precum și porunca de a-ți ține promisiunea sau de a fi onest. Aceste norme comune care țin de morala elementară trebuie respectate chiar și atunci, sau, mai ales atunci când ele sunt în dezacord cu interesul propriu. Astfel de exemplu, un contabil public atestat, care lucrează într-o corporație, este de presupus că recunoaște faptul că *un contabil are obligația morală de a se abține să prezinte, în mod intenționat, greșit faptele*, chiar dacă, prin aceasta el ar fi avansat, premiat sau „apreciat” de șeful lui. În fine, în al patrulea rând, standardele morale sunt asociate cu sentimente speciale și cu un vocabular special. De pildă, se acceptă, că o caracteristică esențială, definitorie, a conștiinței morale este aceea de a-i fi imanente – atunci când s-a încălcat unul sau mai multe standarde – emoții de un fel special: de vinovăție, de jenă, de rușine, de remușcare, de autoblamare. În acest caz, standardele nu sunt resimțite deloc ca fiind ceva „general”, „absolut”, „impersonal”, „fără legătură cu viața sau cu mine; cât timp oamenii își caracterizează propriul comportament ca fiind „imoral” sau „greșit”, iar starea lor de disconfort moral trece nu arareori, în pierderea respectului față de sine. Aceasta pe de o parte. Pe de altă parte, în mod aproape spontan, când oamenii îi văd pe ceilalți că acționează contrar standardelor morale, ei simt indignare, sau dezgust, sau resentiment. Aplicarea standardelor se convertește, în acest caz, în judecăți de apreciere negative, care evidențiază faptul că ceilalți nu se „ridică” la nivelul „obligațiilor” și al „responsabilităților” lor morale.

2.3.1. Standardele morale și dimensiunea lor socială

Standardele pot fi înțelese prin legătura lor cu viața socială. În fapt, membri unei societăți aderă în mod obișnuit la un sistem de standarde morale, adică la un ansamblu de principii etice și norme morale. Ceea ce se numește sistemul valoric – normativ al unei societăți *interzice* anumite atitudini și comportamente ca fiind rele (minșitul, furtul etc.) și, *califică* anumite manifestări și acțiuni ca fiind *bune* (să-i ajuți pe alții, să-ți ți promisiunile, să fi *generos* sau *blând* sau *drept* sau *milos* sau *curajos*, sau *fidel*, *cumpătat* și *tolerant*). Aceste standarde morale, îndeplinesc câteva *funcții* importante. Unii eticieni (Velasquez) consideră că două funcții nu pot lipsi din nici o analiză operată asupra unei societăți democratice moderne și mature. *Prima* este aceea de *prescriere* a unor moduri specifice de comportament. Această prescriere vizează felul în care membrii societății trebuie să *coopereze*, și să *ajute* și să se trateze *reciproc avantajos*, și să aibă, „un *drept egal la cea mai largă libertate posibilă*” (John Rawls). A doua este *funcția de prevenire și de soluționare a unor conflicte sociale*, prin oferirea de justificări și legitimări acceptabile public pentru anumite acțiuni sau politici (John Rawls).

Referitor la prima funcție, este deja un loc comun să se observe că, sistemul de standarde morale ale unei societăți va identifica situații în care fiecare persoană *trebuie* (din necesitate) să-și restrângă propriul interes pentru a proteja un sistem de conduită care, se va dovedi că este avantajos pentru fiecare. Pe linia contractualistă sugerată încă de Hobbes, de Locke, dar și de Rousseau, s-a observat că, o societate ai cărei membrii, de obicei, cooperează pentru atingerea scopurilor; ai cărei membrii aduc beneficii publice chiar și atunci când se cere să nu se țină cont de

interesul personal imediat; ai cărei membri lasă fiecărui individ cale liberă pentru manifestarea intereselor fundamentale și ai cărei membri împart beneficii și poveri (rețineri sau chiar privațiuni) care sunt percepute ca fiind „bune” și „drepte”, este, o societate care va avea mai multe șanse de supraviețuire, de dezvoltare și chiar de înflorire decât o societate ai cărei membri acționează diferit. În primul rând, cooperarea pentru atingerea țelurilor în vederea obținerii unor beneficii sociale va genera o rezervă mai mare de bunuri pentru toți. În al doilea rând, fiecare om va beneficia de pe urma respectului arătat pentru interesul său atunci când alții îl lasă în pace să-și urmărească interesele sale legitime. În al treilea rând, *corectitudinea* și *dreptatea* sunt valori transindividuale, care vor oferi climatul de *stabilitate* și de *siguranță* fără de care societățile n-ar putea supraviețui. Prin urmare, tocmai de aceea, interesul tuturor membrilor societății va fi împlinit dacă ei *nu* acționează întotdeauna numai în interesul lor propriu⁶². Rezultă că, atunci când fiecare își asumă în mod personal, interior, standarde morale în care ceilalți sunt vizați, ceea ce se produce este o „conduită productivă”, sigură și stabilă, una predictibilă” (Manuel G. Velasquez).

NOTE:

¹ Vezi pentru această temă, James Rachels, *Introducere în etică*, Editura Punct, București, 2000, cap. *Subiectivismul în etică*, pp. 32-45.

² În debutul axiologiei este citat ca exemplar pentru această idee Meinong, de unde și formula „jungla lui Meinong”. Avem o expresie echivalentă acestui conținut: cum putem explica coerența și logica internă a valorilor dacă toate valorile sunt produse exclusive ale haosului, ale junglei dorințelor, și plăcerilor izvorâte din psihism? (vezi în acest sens, și

excelenta carte a lui Ludwig Grünberg, *Axiologia și condiția umană*, Editura Politică, București, 1972.

³ Apelează la acest argument autori foarte diferiți precum: Alasdair Mac Intyre: *Tratat de morală. După virtute*, Ed. Humanitas, București, 1998; James Rachels, *op.cit.*, Peter Singer (ed.), *Ethics*, Oxford University Press, 1994.

⁴ Jean Moussé, *Éthique de affaires: liberté, responsabilité*, La décideur face à la question éthique, Edition Dunod, Paris, 2001, p. 170.

⁵ James Rachels, *op.cit.*, p. 33.

⁶ *Idem*, p. 33.

⁷ *Idem*, p. 40.

⁸ *Idem*, p. 18.

⁹ *Idem*, p. 40.

¹⁰ *Idem*, p. 18.

¹¹ Vezi în acest sens, Dan Crăciun, *Etica în afaceri*, Editura ASE, București, 2005, p. 78.

¹² Dan Crăciun, *op.cit.*, p. 78 și urm.

¹³ Am preluat și prelucrat aceste argumente și exemplele atașate lor din Dan Crăciun, *ed. cit.*, p. 79.

¹⁴ Vezi, Aristotel, *Etica nicomahică*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1988. Cartea a VIII-a și a IX-a.

¹⁵ Vezi în acest sens, André Comte-Sponville, *Mic tratat al marilor virtuți*, Editura Univers, București, 1998, pp. 266-292.

¹⁶ Preluăm această povestire din James Rachels, *op.cit.*, p. 19.

¹⁷ *Idem*, pp. 21-22.

¹⁸ *Idem*, p. 25.

¹⁹ William H. Shaw, Vincent Barry, *Moral issues in Business*, Fifth Edition, Wadsworth Publishing Company Belmont, California, 1992, p. 12.

²⁰ Vezi pentru această temă Thomas Nagel, *Veșnice întrebări*, Editura All, București, 2004, pp. 89-120.

²¹ Aceste șase caracteristici ale etici kantiene ne interesează, în acest context, pentru a accentua două idei: a) valoarea morală exprimată printr-un imperativ categoric are valabilitate rațională și b) conținutul moral deplin al valorilor etice nu poate fi demonstrat din experiență: prin forma lui apriorică, imperativul categoric este absolut și nu relativ.

²² Thomas Nagel, *op.cit.*, p. 91.

²³ Acest lucru este valabil pentru societatea creștin-medievală europeană. În orizontul teoriei valorilor, Tudor Vianu, în *Introducere în teoria valorilor bazată pe observarea conștiinței*, 1941, (Opere, vol. 8), susține o asemenea poziție pentru valoarea sacralului.

²⁴ Sunt multe asemenea cazuri, dintre care-i amintim pe autori precum: Jean-Marie Guyau, Henri Bergson, Fr. Nietzsche.

²⁵ Cea mai tranșantă formulare în acest sens îi aparține lui Louis Lavell: „valoarea morală este valoarea tuturor valorilor“.

²⁶ După Auguste Comte, treapta teoretică, cea științifică (pozitivă) din evoluția conștiinței umanității este „ultimă“, precedată de cea „religioasă“ și „de cea metafizică“.

²⁷ Acest punct de vedere este susținut de Marx, în *Capitalul*, vol. I, în partea dedicată „acumulării primitive a capitalului“. Critic la adresa mercantilismului sălbatic, el notează: În acest timp „tot ce e feudal și static se risipește ca fumul, tot ce e sfânt e profanat“ (în: Marx K., Engels F., *Opere*, vol. 4, E.P. București, 1958, p. 468).

²⁸ Dan Crăciun, *op.cit.*, p. 85.

²⁹ Bernard Williams în: *Ethics and the limits of Philosophy*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 1985, consideră că importantă este întrebarea socratică: *cum trebuie să trăim?* Răspunsul este: „participând la Ideea Binelui în sine prin partea rațională a sufletului“. O asemenea întrebare i se pare mai potrivită decât „care este datoria noastră?“ sau „cum pot fi eu bun?“ sau chiar decât „cum putem fi noi fericiți?“, p. 4.

³⁰ Vezi excelenta sinteză: Isidor Epstein, *Iudaismul, Origini și istorie*, Editura Hasefer, București, 2001.

³¹ Vezi Henri Bergson, *Cele două izvoare ale moralei și religiei*, Editura Institutul European, Iași, 1992.

³² După Henri Bergson, această morală deschisă își găsește sursa în gândirea socrato-platoniciană, dar și-n opera etică a stoicilor. De asemenea, Vechiul Testament, Tora și scrierile Talmudului depun aceeași mărturie pentru ideea de morală deschisă, valabilă pentru *întreaga umanitate*. (Vezi Vasile Morar, *The judeo-christian foundations of the bergsonian concept of open morals*, în: Studia Hebraica, The „Goldstein Goren“ Center for Hebrew Studies, Editor, dr. Felicia Waldman, Editura Universității din București, 2002, pp. 128-134.

O critică a societății închise (e vorba și de forma îmbrăcată de național-socialismul ceaușist) a fost întreprinsă de Nicolae Bellu, dintr-o perspectivă a filosofiei istoriei hegeliano-marxiste, precum și din punctul de vedere al gândirii etice kantiene. Autorul român consideră, pe de o parte, că istoria umanității este sinonimă cu un progres în scara libertății și a eliberărilor succesive ale omului de oprimare, nedreptate, ignoranță; pe de altă parte, libertatea presupune moralitatea prin imperativul categoric conform căruia omul trebuie să fie scop în sine însuși (chiar dacă fiecare este într-adevăr destul de profan *umanitatea* din noi trebuie să ne fie sfântă). Pe acest triplu fundament se susține necesitatea și raționalitatea unei *societăți deschise, transparente*. Astfel, începând cu 1971, Nicolae Bellu a elaborat sistematic și programatic conceptele corelative de *societate transparentă* și de *moralitate elementară*. Pentru ceea ce Popper numește „*societate închisă*”, Nicolae Bellu are drept echivalent conceptul de „*societate tradițională*”, încremenită în cutume, în mituri și moravuri nesupuse criticii raționale. După Bellu, marca societății transparente este dată de conjuncția posibilă dintre raționalitate și moralitate, atât în „istoria mare” cât și în cea „mică”. Termenul folosit adesea pentru a desemna *societatea deschisă, transparentă*, este cel de *societate dinamică, prospectivă* (vezi Nicolae Bellu, *Etos și contemporaneitate*, Editura Științifică, București, 1968; *Etica lui Kant*, Editura Științifică, București, 1974; *Morala în existența umană*, Editura Politică, București, 1989; *Nicolae Bellu – de la stânga politică la stânga culturală*, Editura Paideia, București, 2005).

³³ Benjamin R. Barber, *Jihad vs. McWorld*, How globalism and tribalism are reshaping the world, Ballantine Books, New York, 1996 (tr. română, Mihnea Columbeanu, Editura, Incitatus, București, 2002).

³⁴ Karl R. Popper, *Societatea deschisă și inamicii ei*, Ed. Humanitas, București, 1992 (tr. Dragan Stoianovici) 2 volume.

³⁵ Henri Bergson, *op. cit.*, (vezi cap. cu același titlu)

³⁶ Max Weber, *The Theory of Social and Economic Organization*, The Free Press, Collier Macmillan Publishers, London, 1964, pp. 143-145.

³⁷ Vezi Jürgen Habermas, *Morale et communication*, Paris, Le Cerf, 1986.

³⁸ Ignacio Ramonet, *Tirania Comunicării*, Editura Doina, București, 2000.

³⁹ Albert O. Hirschman, *Bonheur privé, action publique*, Paris, Fayard, 1983.

⁴⁰ Vezi, textul integral al celebrului articol apărut în 1970 sub titlul *The social responsibility of business is to increase its profits*, în: Jeffrey Olen, Vincent Barry, *Applying Ethics*, Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, 1992, pp. 433-438.

⁴¹ Hans Jonas, *Le Principe de responsabilité*, Paris, Cerf, 1995.

⁴² Stelian Stoica, *Prelegeri de etică*, Editura Universității din București, 1974.

⁴³ Vasile Morar, *Moralități elementare*, Editura Paideia, București, 2004, p. 6.

⁴⁴ Dan Crăciun, *op.cit.*, p. 56.

⁴⁵ Tudor Călineanu, *Elemente de etică*, vol. I, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1982, p. 99.

⁴⁶ Stelian Stoica în *op.cit.*, vorbește de norme insistent recomandative și de norme facultative.

⁴⁷ Dan Crăciun, *op.cit.*, p. 58.

⁴⁸ *Idem*, p. 59.

⁴⁹ *Idem*, p. 60.

⁵⁰ *Idem*, p. 67.

⁵¹ *Idem*.

⁵² *Idem*, p. 68.

⁵³ Vezi Nota 31.

⁵⁴ Dan Crăciun, *op.cit.*, p. 68.

⁵⁵ Este vorba de felul în care reușesc să-și de-a mâna cei din „era ticăloșilor” – definiți de Marin Preda în *Imposibila întoarcere*, Editura Cartea Românească, București, 1972 – cu cei din era democrației privilegiiilor” care au adoptat fără remușcări strategia „ticăloșului inteligent”.

⁵⁶ J.C. Maxwell, *There's No Such Thing as „Business Ethics”*, USA, Warner Business Books, 2003, p. 12, *apud*, Dan Crăciun, *op.cit.*, p. 69.

⁵⁷ William H. Shaw, Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, Wadsworth Publishing Company Belmont, California, 1992, p. 5.

⁵⁸ *Idem*.

⁵⁹ *Ibidem*, p. 6.

⁶⁰ Manuel G. Velasquez, *Business Ethics, Concepts and Cases*, Second Edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1988, p. 13.

⁶¹ *Idem*, p. 14.

⁶² *Idem*, p. 15.

⁶³ Comparăția la care face apel Velasquez este sugestivă: „La fel cum soldații unei armate aflate sub atac vor supraviețui numai dacă fiecare dintre ei vor rămâne la postul său, tot astfel, membrii unei societăți câștigă câteva avantaje importante [bunuri mai multe, respect crescut față de cei ce-au câștigat legitim bunurile, un climat de stabilitate și de dreptate] – iar, supraviețuirea este doar unul dintre acestea, doar dacă fiecare dintre membrii săi își restrânge propriul său interes, în mod neegoist și cooperează cu alții”. Velasquez, *op. cit.*, p. 16.

Capitolul 3

Valorile morale ale democrației și etosul afacerilor

- 3.1. Nucleul moral al idealului democratic
- 3.2. Capitalism și moralitate
- 3.3. Etosul spiritului întreprinzător
- 3.4. Sinceritate și bună-credință

Capitolul 3

Valorile morale ale democrației și etosul afacerilor

3.1. Nucleul moral al idealului democratic

A trata tema afacerilor și, mai ales, a încerca să vedem *dimensiunea* etică pe care fenomenul afacerilor îl comportă înseamnă, înainte de toate, să ne interogăm asupra naturii democrației. Or, democrația este un proiect moral-politic de societate. Înseamnă că, interesează, în cel mai înalt grad, cum anume funcționează valorile morale în toate nivelele unei societăți democratice. În acest context, trebuie făcută observația fundamentală: România s-a re-racordat la acest fenomen al democrației occidentale de abia de un deceniu și jumătate. Tocmai de aceea – într-o carte de etică în afaceri – câteva precizări sunt absolut necesare. Prima dintre ele. Valorile morale, dacă le privim în această conexiune cu sfera organizării politice, în acest caz, cu organizarea democratică în stare născândă – pot fi cel mai bine recunoscute, în ceea ce numim în chip curent, *dimensiunea civică a comportamentului* oamenilor, fie că aceștia fac parte temporar din majoritatea politică, fie că ei aparțin, tot temporar, de minoritatea politică. În fapt, originar, în acest orizont se instituie necesara frățietate dintre *zoon politikon* și *principiile morale elementare* (cunoașterea a ceea ce este bine și a ceea ce este rău, a ceea ce este drept și nedrept, folositor sau vătămător), frățietatea dintre sociabilitatea înăscută a omului și universalitatea regulilor morale în cuprinsul vieții personale, a celei de familie, din societatea civilă și din stat. În același timp, știm de la greci și de la revoluțiile americană și cea franceză că

nici „moralitatea nu este pură“, ci ea e doar tendință *legitimă* a oamenilor spre ideal și puritate, și nici „democrația nu este ceva pur“, ci doar ceva perfectibil.

A doua precizare ține de nivelul observațiilor primare. E vorba de faptul că admitem că democrația și statul de drept sunt *fragile* pentru că ele sunt amenințate de numeroase slăbiciuni. Admitem că ideea democrației este una *durabilă*, dar admitem explicit sau implicit că *practica* ei este *precară*. În acești termeni, democrația și valorile morale reprezintă pentru noi cadrul de referință absolut, iar fragilitățile și slăbiciunile desigur că aparțin relativelor dar necesarelor practici precare, mereu nedesăvârșite și mereu incomplete, ale comportamentului real al grupurilor umane. În al treilea rând, vom constata că, fie că acceptăm, fie că negăm distincția (valori morale *în* democrație – valori morale *ale* democrației) ceea ce se impune cu presanță este acest fapt primar: atât definiția minimală a valorilor morale cât și definiția maximalistă a acestora implică următorul lucru: să regândim raporturile dintre *idealuri* și *faptele brute*. În fapt, și într-un caz și în celălalt tensiunea esențială care se naște este aceasta: *ce trebuie să facem dacă știm, cât de cât, ce suntem?*

Un prim răspuns posibil la întrebarea care sunt *valorile morale ale democrației* ar suna astfel: toate valorile morale sunt și valori ale democrației. Acest răspuns are cel puțin două aspecte. Primul: valorile morale sunt o parte indispensabilă a vieții umane și moralitatea are relevanță în fiecare decizie făcută atât în viața unui om cât și în aceea a unei națiuni. În fapt, știm că nu există alternativă la democrație, după cum știm că opusul binelui nu este decât răul, viciul, suferința, degradarea umană. Al doilea aspect: există totuși o dimensiune relativă a unor valori morale ca și o dimensiune relativă a valabilității mijloacelor democratice.¹ De exemplu, dacă la noi, după '89, distingem, între *faza structurilor perverse* și *faza înstructurării etice a societății și a individului*, atunci este cert că *mijloacele* utilizate trebuie sau,

mai bine spus, trebuiau să fie *diferențiate*. În fapt, merită să ne întrebăm câți *purtători valorici* aveam în prima fază care să știe cât de cât standardele moralei democratice, știută fiind lipsa de acces la un contact direct, interpersonal în România cu purtătorii valorilor occidentale (2%). Dacă ne autoobligăm să spunem în ce moment ne aflăm acum am spune fără dubii stânjenitoare: în cea *a nevoii de etic*, de oferire a unui suport moral pentru deciziile politice și cele manageriale. *Înstructurarea* însă de-abia a început în mod coerent, iar intervalul dintre *înstructurare etică* și cel de *remanență a structurilor perverse* este, din păcate, saturat de labilități ce țin atât de prejudecăți pseudoconservative cât și, mai ales, de preeminențe de pură psihologie în comportamentul zilnic al multor oameni.

Nu este deloc înțelept să uităm că eșecul lamentabil al vechiului regim ca proiect utopic și eșecul lui ca centru de putere s-a însoțit – și se va însoți mult timp – de ceea ce numeam *remanența structurilor perverse, parazitare, insidioase*. În acest sens, *euforia democratică*, apărută brusc în ultimul an al trecutului deceniu și în primul al acestuia, poate fi considerată numai parțial sinonimă cu ideea de *euforie morală*. Cine sunt de vină? Cei ce cred în idealuri morale pure și nu sunt realiști din punct de vedere politic sau cei ce nu cred în puritatea valorilor morale și sunt, nu neapărat cinici, ci oameni dispuși să accepte compromisul rezonabil într-o morală relativă? Din perspectiva ideii de *standard democratic*, care implică și obligația de a gândi în termenii realismului responsabil judecățile morale, nu este vorba în acest anume caz de *vinovați* pur și simplu, ci este vorba de *purtători valorici* derutați ce se maturizează dramatic, deloc de la sine, învățând, unii din ei, din înfrângeri și suferință. Astfel, nu putem vorbi de o *vină individuală* în cazul majorității românilor, pentru că au reintrat în capitalism și în democrație fără să aibă o „cultură morală în afaceri”. Dar, o dată ce *statul de drept* se instituie și singurul criteriu valabil pentru toți oamenii este *legea*,

nu se mai poate vorbi de *nevinovăție* în cazul celor care dau dovadă de acte crase de corupție, de furt, delapidare.

În fapt, terenul principal al acestei analize este cel identificat de Fukuyama, atunci când în *National Interest* (mai 1989) lansa celebrul articol *The End of History*. Concentrat, acest enunț bine cunoscut sună astfel: s-au creat condiții pentru a atinge punctul final al evoluției ideologice a omenirii și universalitatea democrației libérale occidentale ca formă finală de guvernare umană. Aceasta înseamnă că modelul liberal occidental a devenit o referință universal admisă și un scop adoptat aproape unanim. Din această perspectivă sunt câteva interogații serioase care interesează aici destinul oamenilor și viitorul pe termen scurt și mediu al democrației. În primul rând, extinderea acestui model nu anulează prin simplă dezirabilitate fanatismul religios, despotismul politic, barbaria culturală. În al doilea rând, mai asistăm la o corectură lentă a raționalității societăților democratice, în timp ce, în toată această perioadă, invențiile antidemocratice au fost dure și nemiloase. În al treilea rând, și deloc la urmă, suntem obligați să constatăm că mulți urăsc modelul democratic și aceasta de cele mai multe ori în numele unei „noi morale” sau al unei „noi revigorări religioase fundamentaliste”, sau al unui „nou ev mediu”, etnicist și localist.

Oricum, ce constatăm semnificativ dincolo de faptul că sunt dificultăți și după ce cursul firesc al istoriei prin „vicleana rațiune” hegliană (*Die List der Vernunft*) a revenit în fâgașul normalității? Constatăm că există momente privilegiate când se pune imperios nevoia acestei *conjuncții* dintre *valori morale și democrație*. În fapt, când democrația este în pericol, fie că este la început, fie că în jurul ei și cu permisiunea ei apar fenomene neprevăzute din cauza unui optimism exagerat – cum a fost cazul cu apariția totalitarismelor de stânga sau de dreapta și a statelor hiperautoritare în acest secol – atunci, și analiștii politici și oamenii comuni se întreabă: *ce raport există între nucleul tare al*

democrației și valorile morale elementare și fundamentale. Mai mult: întrebarea se adâncește astfel: democrația – prin regulile ei supraindividuale – este un standard al valorilor morale sau valorile morale sunt ele însele un standard, un criteriu, o unitate de măsură de ordin calitativ a unei vieți democratice? În fapt, miza profundă și gravă a principalelor lucrări ale ultimelor decenii din spațiul democrațiilor occidentale este aceasta: *cum se poate legitima comportamentul moral în mod universal în contextul real al instituțiilor societății moderne, al societăților orientate după principii raționale atât în planul pieței, cât și în plan juridic și politic?* Altfel spus: câtă cotă de moralitate se cere să pretindem și să așteptăm de la viață? În fapt, John Rawls, Ronald Dworkin, Robert Nozick, în *A theory of Justice*, în *Taking Right Seriously* și, respectiv, *Anarchy, State and Utopia* au pus în diverse chipuri această întrebare și au anticipat soluții, inclusiv soluții valabile pentru sfera afacerilor.

Acum când s-a produs un „reviriment al democrației” (François Revel și-a intitulat deloc întâmplător o carte cu acest titlu), un reviriment greu de imaginat acum câteva decenii, acum când s-a depășit parțial și „elogiul liric” al democrației, s-a vorbit și se vorbește de „reinventarea politicului”! Dacă „reinventarea politicului”² înseamnă, în primul rând, descoperirea sau redescoperirea structurilor genuine ale societății civile, dacă reinventarea politicului înseamnă spontaneitatea și libertatea de gândire, de expresie și de comportament în tot mai multe și mai diverse grupuri, atunci întrebarea care se pune este: în ce măsură și în ce sens se poate vorbi de o „reinventare” a valorilor morale, de o reinventare a eticului însuși. În fapt, reinventarea politicului își are această prelungire firească în ceea ce privește cazul nostru concret: aceasta constă în „reinventarea” moralei elementare a cetățeanului minimal și renunțarea la reflexele colectiviste, renunțarea la iraționalul abandon în fața unor instanțe fals paterne, renunțarea la neîncredere, renunțarea la autodispreț.

Toate acestea nu sunt deloc sinonimul unei „noi morale” și nici al unor presupuse *noi forme democratice*, ci toate înseamnă *înstructurarea oamenilor în morală elementară*, pur și simplu. Înseamnă a avea *cetățeni educați*. Atât și nimic mai mult, dar și nimic mai puțin. Pentru conexiunea *democrație-afaceri*, este important să remarcăm faptul că noi trăim încă într-o „societate de supraviețuire” și avem o democrație în mare măsură de „fațadă”, de „vitrină, de „ochii lumii”;³ or, această societate de supraviețuire a „*inventat*” și o „morală a supraviețuirii”. Iar, în această morală a supraviețuirii, cele mai laudabile efecte sunt mecanismele de *autosacrificiu*, de supererogație la unii dintre semenii noștri.

Oricum, o bună și adecvată cale de a pune în legătură tema valorilor morale cu ideea de democrație, este cea sugerată substanțial de filosofia morală și cea politică actuală.

Primul enunț la care ne oprim, credem că interesează în cel mai mare grad chiar dacă pare foarte general. Ne referim la excelenta distincție a lui Leo Strauss din *Three waves of modernity*.⁴ Potrivit gânditorului american, *cei vechi*, grecii (inclusiv în democrația lor restrânsă la *polis* în care aproape toți se cunoșteau între ei) știau destul de precis ce este *binele* și ce este *virtutea* și nu se interesau decât prin implicație asupra *drepturilor*. *Modernii* și democrațiile corespunzătoare au deplasat, din variate motive, accentul asupra *drepturilor* lăsând în umbră *sensurile binelui*. Îngroșând puțin această apreciere, putem spune: în democrațiile moderne pentru foarte mulți oameni semnificațiile binelui sunt sau apar încețoșate. În schimb, aceiași oameni sunt convinși că știu foarte exact care sunt *drepturile lor* și care sunt – evident – *îndatoririle celorlalți*. Această aserțiune este importantă pentru cel puțin câteva motive. În primul rând, ea este adevărată în mare parte pentru democrațiile Occidentale, dar și acolo se constată că, de pildă, în Revoluția americană mai ales, interesul pentru *sensurile binelui* a apărut sub forma interesului

pentru virtuțile cetățeanului, ale bunului cetățean. Astfel, în mod firesc, acum se „redescoperă” tocmai acele sensuri morale pe care *Părinții Fondatori* ai Americii le-au identificat ca fiind de nucleu tare al democrației.

În al doilea rând, în ceea ce privește situația etosului românesc, se poate admite faptul că, „încețoșările” au cuprins și o parte din *sensurile binelui*, și o parte din cele ale *drepturilor* și ale *îndatoririlor*. Un fapt particular poate fi remarcat în acest context: sensurile binelui și sursele legitimității drepturilor și îndatoririlor sunt căutate în *instanțe absolute* precum Biserica și Armata. Or, oamenii au nevoie de autoritate absolută tocmai atunci, și mai ales atunci când centrele relative de autoritate care sunt instituțiile statului s-au dovedit incapabile să ofere sentimentul de încredere și cel de certitudine.

S-a observat, nu fără temei că acest *model de autoritate* (cu pilonii principali formați din Biserică și Armată) amintește de societățile tradiționale și de cele autoritare, mai mult decât de societățile democratice occidentale, mature. Oricum, există în acest caz un anumit risc pentru menținerea și consolidarea democrației: accentul încrederii publice cade pe autoritarism, pe obligații și constrângeri, accentul nu cade pe drepturi și libertăți corelate cu autoritatea civilă.

De asemenea, în aceeași ordine de idei, *nevoia de încredere* în instituții se corelează cu *nevoia de autoritate reală*, mai ales în fața unei instituții cum ar fi cea a *puterii judecătorești*. Or, în acest caz, *fenomenul corupției judecătorilor* semnalează tocmai, pe de o parte, suspendarea „domniei legii” și, pe de altă parte, semnalează nefixarea unor convingeri obligatorii în democrație, anume că magistrații sunt *slujitorii, nu stăpânii legilor* și că ei trebuie să fie întotdeauna *imparțiali*. Iar dacă dreptul (care poate fi definit și ca o codificare a minimului moral) este el însuși alterat, rezultă că, la acest palier, se poate bloca instituirea valorii morale elementare de justiție, de onestitate și de corectitudine.

O altă sugestie oferită de filosofia morală pentru statutul valorilor morale în democrație. Se știe că, în mod curent, teoriile morale fie sunt *deontologice*, fie sunt *teleologice* (consecințialiste), fie sunt concentrate pe drepturi și principii, fie sunt centrate pe ceea ce se numește „etica grijii“. Această dihotomizare abruptă își are corespondentul în tendința-tentație atât a oamenilor cât și a instituțiilor de a legitima oarecum pârținitor acțiunile oamenilor, fie după criteriile datoriei, fie după standardele impuse de scopuri, fie după criterii pur raționale, fie după criterii empaticе, intersubiective. Iar dacă în *teorie* este vorba de *teorii rivale* și totul poate fi redus la o „ceartă între filosofi“, în practica morală se va considera, nu arareori că este moral doar cel ce aparține legitimării, de pildă, prin *consecințe* și nu cel ce face apel la *datorie* etc. etc. Faptul acesta poate părea banal și poate părea că interesează doar specialistul, dar el are implicații ce se cuvin a fi identificate. Astfel, dacă democrația este încercarea mereu refăcută de-a stabili criterii și norme de legitimitate, unele universale, altele particulare pentru acțiunile oamenilor, atunci ea va fi din start dispusă să accepte, în etică *complementaritățile*, iar în viața societății civile, *alternativele*, diversitatea, stilul individual. În fapt, ceea ce este important în acest context, este faptul că oamenii înșiși sunt orientați spre anumite convingeri, iar convingerile lor sunt întemeiate, fie pe *argumente ce țin de datorii*, fie pe *argumente ce țin de scopuri*, fie pe *principii*, fie pe *argumente ce țin de „logica empatiei“*. Cele mai multe conflicte morale într-o societate democratică țin de *dezacordurile în convingeri* și de *dezacordurile în atitudini* (tema acordului și a dezacordului în convingeri și atitudini este, în fapt, o temă destul de veche a filosofiei morale). Credem că principalul obiectiv al oricărei forme de *învățare civică*, instituțională sau informală, este aceea de a-i clarifica pe oameni asupra conținutului valoric al convingerilor lor, de a ști când anume conflictul are la bază convingerea și când anume

atitudinea și, eventual, ca oamenii să nu le încurce pe acestea într-o înconștientă devălmășie. Aceasta pe de o parte. Pe de altă parte, se știe că în substanța lor convingerile sunt ceva stabil, ele sunt un *sindrom permanent de răspuns*, în timp ce atitudinile sunt mult mai dinamice și fluctuante. Or, mulți oameni tind să *solidifice* unele atitudini aidoma convingerilor și atunci apar mai ușor intoleranțele și fanatisme. De asemenea, *convingerile însele sunt bivalente*, sunt deschise și spre bine și spre rău. În fond însă încredințarea subiectivă este aceea că orientarea convingerii este *numai* spre bine. În realitate, nu arareori, pe nesimțite, unele convingeri se pot statornici pe coordonate malefice care ating imoralitatea, care generează conflictul fără finalitate și fără culpabilitate, sau care statuează insidios că se poate trăi egoist, fără îndatoriri reciproce între semenii. De asemenea, *convingerile* sunt asociate cu ideea de *adevăr* și cu ideea de *dreptate*, în timp ce *atitudinea* se asociază cu ideea de *opinie*. Tocmai de aceea *învățarea democrației* presupune, în mod obligatoriu, asimilarea acestei distincții și, mai ales, implică acceptarea consecinței că *dezacordurile în atitudine* se pot soluționa mai ușor (părțile acceptă că au dreptul la opinie și că pot respecta opinia diferită) în timp ce *dezacordurile în convingeri* se rezolvă mult mai greu și sunt soluționate dacă și numai dacă se acceptă *dialogul, cooperarea* și, în final, *compromisul rezonabil*.

Totodată, în context, în ceea ce privește situația firavei noastre democrații, constatăm că multe nestructurări etice ale societății românești țin de o anumită inerție a psihologiei individuale și de grup. Să luăm cazul *experienței și a convingerii contractualiste*. Este probabil nevoie de mult timp, de multe eșecuri repetate pentru ca să se impună norme de tipul: *contractul o dată semnat și cuvântul o dată dat, acestea două nu vor mai putea fi încălcate*. Până să se impună „sanctiunea pieții” mulți vor fi și sunt motivați de experiențe „pozitive” să continue în acest

interval foarte larg. Mai mult, în cuprinsul acestei lipse de structuri etice a comportamentului, cel ce va fi absent, cel mai adesea, va fi tocmai *sentimentul vinovăției, al culpabilității*. Așa se face că, în relația directă, *neeconomică*, unii oameni consideră că potrivit normelor tradiționale ei trebuie să-și respecte cuvântul (pentru că – spun ei – „ei au simțul onoarei”) pentru ca, apoi, imediat să-l încalce, când e vorba de un interes material oarecare.

O altă sugestie oferită de filosofia morală pentru statutul valorilor morale în democrație. Democrația presupune cel puțin trei lucruri de la cei ce alcătuiesc societatea civilă: 1. *nivel ridicat de moralitate*; 2. *orizont intelectual dezamărginit*; 3. *judectată corectă*. Or, toate acestea implică și ele la rândul lor ca aprecierea morală să fie și 1) *anticipativă*, și 2) *concomitentă*, și 3) *retrospectivă*. De asemenea, prin natura lor, toate valorile – binele, utilul, politicul, vitalul – se determină și se fundează reciproc. Conflictele valorice sunt considerate ca stări inerente situațiilor de viață și sunt acceptate ca atare într-o societate deschisă, tolerantă. Totodată, democrația reprezintă, în fapt, modalitatea *rațională* de soluționare și de „neutralizare” a acestor conflicte valorice; ea este buna administrare a tensiunii dintre libertate și ordine, dintre egalitate și libertate. În genere, ea este considerată „matură” dacă este în stare să minimalizeze cota de tragic și de suferință, de nedemnitate din viața celui mai mare număr de oameni. Asupra acestui din urmă aspect se înțeleg și filosofii morali și politicienii responsabili. În această ordine de idei, și John Rawls și Robert Nozick consideră că tensiunea tensiunilor, conflictul paradigmatic necesar a fi soluționat în societățile democratice este cel dintre *valorile morale* și cele *politice*; această tensiune oferă calea de a identifica satisfacerea criteriilor, a standardelor vieții democratice. Ce constatăm? Constatăm că în viața reală foarte mulți purtători valorici au prejudecăți platoniciene sau machiaveliene – iar uneori – după cum arată Paul Churchill în *Hobbes and the Assumption of*

*Power*⁵, chiar presupoziiții hobbsiene „tari“ cu privire la conexiunea moral-politic. Este de presupus că aceste pre-judecăți sunt mai frecvente acolo unde criteriile nu s-au statornicit și sunt marcate de prea multă „psihologie“ și de prea puțină „axiologie“. Rezumate la câteva propoziții, acestea ar fi: 1. În primul rând, se condamnă acțiunile politice în numele moralei private; 2. În al doilea rând, *prețul* pe care, se consideră, îl are Statul și instituțiile sale nu poate fi echilibrat de valorile moralei individuale, pentru că cele două forme sunt incomparabile (în acest caz se eludează total importanța sferei societății civile); 3. În al treilea rând, *scopul vieții politice* este considerat a fi un fel de „despotism“ al virtuții printre cetățeni (și-n acest caz este eludată relevanța în termeni actuali a ideii de societate civilă); 4. În fine, în al patrulea rând, *norma internă a valorii morale* este considerată a fi un simplu imperativ transindividual, în timp ce *norma internă a valorii politice* este considerată a fi simpla exercitare a puterii.

În acest sens, o soluție ingenioasă ne este oferită de J. Rawls în *A Theory of Justice* prin cele două concepte gemene: conceptul de *situație originară* și conceptul de *văl al ignoranței*. Care este relevanța acestor concepte gemene pentru restructurarea atitudinii oamenilor, în conformitate cu ceea ce este modelul democratic? Astfel, dacă plecăm de la premisa că numai în unele momente din viață, *situația politică originară* presupune înțelegerea puterii numai ca impunere a voinței proprii, și la o atenție crescută numai față de status, avere, rasă, sex (mai ales atunci când acestea sunt avantajoase), dar dacă considerăm că, în situația politică originară – așa cum a fost ea înțeleasă în modelul liberal occidental – omul trebuie să fie considerat ca fiind un *obiect moral cu preț infinit și unic*, atunci rezultă că *scopul*, pe termen lung, al *societăților democratice* este să *compatibilizeze situația politică originară cu situația morală originară*. Definiția lui Rawls merită a fi amintită ca fiind exemplară și pentru situațiile care implică valorile de libertate și cele de egalitate, și cele utilitare și cele referitoare la

dreptul la viață, dreptul la demnitate și dreptul la fericire. Trebuie, spune Rawls, să ne putem transpune într-o situație ipotetică: să ne imaginăm că nu știm nimic despre împrejurările vieții noastre; să ne imaginăm că suntem acoperiți de un „văl de ignoranță” cu privire la status, avere, prestigiu, rasă; în această situație originară ne întrebăm: ce regulă mi-ar conveni dacă aș fi sărac, sau negru, sau islamic, sau infirm (handicapat) sau urât etc. etc.? În *situația originară* fiecare om – arată Rawls – este motivat să-și maximizeze avantajul, neștiind cărei categorii îi va aparține, știind însă că toți oamenii vor avea aceeași înclinație, anume aceea de a-și *maximiza binele*. Acest model poate fi și a fost aplicat de Rawls în ultima lui lucrare *Political Liberalism* atât la *societățile liberale* cât și la cele organizate conform unui *principiu ierarhic*. De altminteri, o excelentă aplicare a ideii de *situație originară* poate fi imaginată, de pildă, și pentru tema atât de dezbătută în toate democrațiile, tema *facțiunii*, exemplar analizată de James Madison în *Federalist 10*.⁶ Dacă, de pildă, admitem că facțiunile exprimă tensiunea conflictuală dintre valorile morale și valorile politice într-o democrație – câmpul disputei fiind viața politică a statului și societatea civilă – și dacă admitem că *facțiunile de pasiune* ajung la *persecuție ca scop în sine*, și dacă admitem că facțiunile de pasiune se bazează pe *atașamente de opinii* (și includem aici fanatismul religios și ideologic, antisemitismul, xenofobia, opiniile paranoice legate de comploturi), și dacă admitem, în continuare, de asemenea, că facțiunile de pasiune se bazează pe *atașamente față de persoane* (și includem aici situația în care fiind atașat de unii oameni te „simți” obligat să-i urăști pe ceilalți), atunci realizăm că *scopul rezonabil* în jocul democratic constă în identificarea acelor resurse și calități umane care *augmentează înțelegerea, cooperarea, compromisul, atitudinea neagresivă*. Or, toate acestea presupun căutarea și găsirea aceluia *punct de convergență* dintre *situația morală originară* și *situația politică originară*;

presupun în chip obligatoriu învățarea atât a normelor raționale cât și a celor ce implică empatia, punerea în locul și în situația celuilalt sau a celeilalte în cuprinsul experienței civice.

Oricum, tema acestui conflict dintre moral și politic – analizată prin prisma a ceea ce ne sugerează Madison în schița lui de teoria facțiunii – aduce în prim plan ideea că virtuțile morale sunt foarte importante pentru orice guvernare democratică. În același timp însă, e de precizat că facțiunile politice sunt generate și de tendințe profunde și constante care aparțin de ceea ce se numește generic *natura umană*. Aceasta înseamnă, implicit, că pentru armonizarea acestui cuplu conflictual (*situație morală originară* care presupune iubire și acord universal și *situație politică originară* care implică doar acordul rațional al puterilor aflate în competiție și conflict) nu se poate conta numai pe „înaltele virtuți omenești”. În fond, democrația trebuie să gestioneze acest conflict, iar neutralizarea reciprocă a puterilor, prin intermediul jocului instituțiilor, și critica morală, exercitată de indivizi capabili de judecată autonomă, sunt astfel de forțe de control menite să diminueze potențialul conflictual al facțiunilor și să mărească energia de solidarizare conținută în actul moral elementar, în orice act moral elementar.

În cazul democrației românești – oricum am numi-o: „incipientă”, „de fațadă”, „încă nestructurată etic” – această necesară învățare cognitivă și civică implică cel puțin câteva condiții a fi luate în seamă. Prima: *renunțarea la judecățile de tip nihilist* și, evident, admiterea firească a *gradualității faptelor* judecate; A doua: sedimentarea unui set congruent de *semnificații* pentru ideile de *compromis*, de *cooperare*, de *concesie mutuală* și de *consens* (se păstrează, de pildă, impresia, la mulți purtători valorici, chiar tineri, că compromisul și cooperarea pot fi identificate; or, *compromisul implică cooperarea, dar nu orice formă de cooperare implică compromisul*). A treia condiție: asimilarea cognitivă a unui adevăr elementar al societății

deschise, anume că ceea ce este esențial – în democrație și în relațiile dintre oameni, *nu* este că fiecare va spune ceva, ci esențial este *că orice merită să fie spus*, pentru că are valoare, *va fi spus* (deocamdată se confundă adeseori așa-zisa „sinceritate psihologică” cu „adevărul” moral și cu empatia); A patra condiție: învățarea, nu numai cognitivă, a unui adevăr simplu, formulat de Karl Popper, că democrația în statele moderne se caracterizează prin lupta *împotriva abuzului de putere* pe două fronturi paralele: *împotriva puterii de deasupra în numele puterii de dedesubt și împotriva concentrării puterii în numele distribuției puterii*. Or, important în acest din urmă caz este ca în statul de drept societatea civilă să-și asume responsabil mecanisme de *control moral* asupra oricărei forme de putere și asupra oricărui tip de autoritate.

Un alt conflict valoric „administrat” de democrație este cel dintre *bine* și *util* cu cele două valori morale extreme atașate: *altruismul* și *egoismul*. De menționat că *Principiul Celei mai mari fericiri pentru cel mai mare număr de oameni* a primit, strict *teoretic*, cel puțin patru interpretări în literatura anglo-americană: 1. *utilitarismul acțiunii*; 2. *utilitarismul normei*; 3. *utilitarismul preferinței*; 4. *utilitarismul bunăstării*. În orice caz, din punct de vedere practic, tensiunea dintre altruism și egoism – așa cum apare ea în viață ca tensiune conflictuală dintre *moral* și *util* – se rezolvă prin răspunsul la întrebarea: ce este mai important? ceea ce putem face *împreună* sau doar să știu ceea ce sunt și vreau *eu singur*?

În fine, ne oprim, succint doar, la un aspect de principiu al conflictului valoric „administrat” și el doar parțial și imperfect de către societatea democratică: conflictul dintre *valorile morale* și *valorile vitale*. În ipoteza noastră, cel mai potrivit cuplu conceptual – lângă cel de „societate deschisă”, și de societate închisă – este cel de „morală deschisă” și „morală închisă”. Se uită mereu că morală închisă este morală naturii din noi (cea care

ne-a însoțit în trib, familie, comunitățile izolate și mici); ea este morala sufletului închis, este morala „presiunii” vitale, este morala „satisfacției”. În schimb, morala deschisă este cea a iubirii necondiționate pentru tot ceea ce are sens și valoare supraindividuală în lumea viului; este o morală a „aspirației” și a „bucuriei”, după cum a caracterizat-o Henri Bergson în *Cele două izvoare ale moralei și ale religiei*⁷. Or sexismul, rasismul, antisemitismul, naționalismul șovin sunt expresii paradigmaticale ale moralei închise în care *numai* viețile aparținând propriului grup au „valoare” și „merită” să trăiască. Sursa multor conflicte – unele sângeroase – care afectează până la urmă viața unor comunități întregi țin de faptul că purtătorii celor două morale se simt perfect legitimați în cuprinsul moralei pe care o poartă cu sine, fiecare. Oricum, conflictul cel mai dur este cel dus de „purtătorii” nenumăraților „morale închise”, iar buna administrare rațională a acestor conflicte valorice – știm acum – se poate face numai prin înțelegerea mecanismelor de legitimare morală din cadrul comunității interumane, interculturale, interetnice.

Prin urmare, dacă privim valorile morale în democrație din această prismă a conflictelor valorice și dacă plecăm de la constatarea de principiu că există dificultăți mari și în direcția clarificării sensurilor binelui, și în sedimentarea în conștiința oamenilor a unor simetrii benefice între drepturi și îndatoriri (afirmam la început dezvoltând o idee a lui Leo Strauss că cei mai mulți tind să se identifice cu ipostaza: „acestea sunt *drepturile mele* și acelea sunt *datoriile celorlalți*”), atunci poate că va fi mereu actuală – în această perioadă de tranziție – cerința formulării clare și simple a *îndatoririlor prima facie*. Simplu spus, nu se poate imagina *situația morală originală* într-o democrație în absența identificării unor *îndatoriri condiționale*, a unor îndatoriri implicite. Acestea trebuie să fie implicite atât receptării, percepției și înțelegerii de către oameni a situațiilor de viață, cât și implicite noțiunii generice de *convingere și comportament democratic*. În

fapt, *îndatoririle prima facie*, în această conexiune cu democrația, sunt în mod real *precondiții* de ordin moral ale acțiunii, sunt presupozii care ar trebui acceptate tacit de omul moral ce acționează democratic inclusiv în sfera atât de largă în implicații cum este cea a afacerilor. Aceste *îndatoriri prima facie*, formulate de David Ross⁸ în contextul analizei unei *etici de primă instanță*, considerăm că sunt următoarele și că sunt relevante pentru tema valorilor (virtuților) morale în democrație. Prima din această serie de *precondiții* morale este *îndatorirea de a nu face rău celorlalți*. Sunt câteva argumente în favoarea acestei idei. Mai întâi, se pare că se poate stabili un acord mai tare asupra a ceea ce înseamnă „a nu face rău” decât asupra a ceea ce se înțelege prin „a face binele”. De asemenea, este știut faptul că, pe de o parte, inhibiția naturală a agresivității intraspecifice este baza unei morale naturale, dar ea, această inhibiție naturală a agresivității este, pe de altă parte, în același timp și un bun temel pentru ideea conform căreia democrația însăși este o *instituție naturală*, în care oamenii au „*înclinația*” de a nu-și face rău unii altora. O a doua *precondiție*, *îndatorirea de onestitate* se referă la acte ce implică ideea de promisiune imanentă unor situații: de a nu spune minciuni și de a fi corect, ca semne primare ale „omului civilizat.” A treia *precondiție* ar fi *îndatorirea de a face dreptate*, de a simți că ești dator să ții seama de „simțul dreptății”, fără de care, după John Rawls, n-ar fi posibile nici o morală și nici o „societate dreaptă”, democratică. Acest tip de *îndatorire* are și o formă negativă: capacitatea de a nu distribui bunuri, plăceri sau fericire dacă acestea nu sunt în concordanță cu *merite dovedite*. În al patrulea rând, avem *îndatorirea de mărinimie, de generozitate* care se referă la faptul că omul moral n-are doar un puternic sentiment al libertății și al egalității, ci acest tip uman poate identifica empatic ființe a căror condiție o poate îmbunătăți în ceea ce privește virtutea, inteligența, satisfacția. În al cincilea rând, există sau pot fi identificate *îndatoriri de gratitudine* care se referă la *acte din trecut* ale

oamenilor, la acte care presupun *memoria morală*. În fine, o ultimă, dar deloc la urmă precondiție morală a acțiunii care este immanentă vieții și comportamentului democratic este *îndatorirea de autodepășire*. Aceasta trimite explicit la faptul că oamenii își pot îmbunătăți condiția – în aproape orice situație, inclusiv în cele limită, *destinale*, – în ceea ce privește *virtutea și inteligența*.

În ceea ce privește aceste *îndatoriri prima facie*, ele sunt, în mod cert, în postura de *indicatori morali ai comportării democratice*, indicatori de primă instanță, *originari*. Iar, pentru a le semna în chip și mai adecvat acest statut, poate n-ar fi deloc lipsit de importanță să amintim – întărind acest argument – două idei fundamentale. Prima îi aparține lui Reinholdt Niebur. Man's capacity for justice makes democracy possible, but man's inclination to injustice makes democracy necessary (disponibilitatea oamenilor pentru dreptate face democrația posibilă; dar înclinațiile oamenilor spre injustiție face democrația necesară)⁹. Ce-a de-a doua o datorăm *Părinților Fondatori americani* și ea sună sintetic astfel: *moralitatea, cunoașterea și aspirația spre sacru* – religiozitatea – sunt condiții absolut necesare pentru o bună guvernare și sunt condiții rezonabile *pentru a avea un criteriu al bunului cetățean*.

În orice caz, în ultimul timp, aceste criterii – ale bunei guvernări și ale bunului cetățean – sunt tot mai mult evocate în studiile de etică în afaceri printr-un concept, precum cel de „întreprindere cetățenească”¹⁰, întrebuițat de Jérôme Ballet și Françoise de Bry (2001).

3.2. Capitalism și moralitate

Să plecăm de la evidențe. Acum un deceniu și jumătate a devenit, brusc, clar și evident pentru foarte mulți oameni faptul că istoria are un „nou început”, iar acesta, desigur, că nu putea fi

investit decât „cu tot ce-i mai bun pe lumea asta“. Cuvintele magice au fost „libertate și democrație“ și n-am auzit decât după cinci ani, prin vocea domnului Silviu Brucan¹¹, rostit răspicat cuvântul „capitalism“ într-o carte importantă din multe puncte de vedere, *Stâlpii noii puteri în România* (1996). În fond, cine nu știe că doi termeni, acesta și opusul său, „comunism“, au fost cuvintele obsesiei ale unei jumătăți de secol? Printr-o ciudată reacție, ce ține mai degrabă de psihologia adâncurilor și de mecanismele auto-apărării psihismului, „comunismul“ a încasat (mai e necesar să spunem „pe bună dreptate“?) toate adjectivele calificative negative ale limbii române. Simultan însă nu termenul „capitalism“ a fost cel în postura de-a încapsula în el toate virtuțile doritului „început absolut“. Credem că se cuvine să plecăm de la această constatare elementară pentru a da, cât de cât, un răspuns mulțumitor la întrebarea „Ce fel de capitalism?“. Este cert că, în timp, niciodată în perioada anterioară de la noi acest termen n-a fost întrebuințat ca un cuvânt având o *semnificație neutrală*. Din contră, el a fost punctul de plecare pentru a simboliza așa-zisul „rău“. Ce scurt-circuit s-a produs în atâtea minți pentru ca, deși o dată admis că „răul deplin a fost comunismul în varianta lui autohtonă – ceaușismul“, această judecată nu s-a însoțit de o evaluare spontan pozitivă a capitalismului? Cel puțin două serii de cauze pot fi evocate în acest context. Prima cauza trimite în chip direct la puterea perversă a structurilor ideologice, mult după ce regimul politic totalitar-represiv a sucombat. Cea de a doua serie cauzală ține de modul în care oamenii doreau declarativ capitalismul, dar nu erau pregătiți să-i accepte pe „capitaliști“. Un ideal dezirabil devenea dintr-o dată întunecat de prezența prea puțin agreabilă a „noului capitalist“. În fapt, chiar și în această situație, utilizarea lui „noilor îmbogățiți“ în locul simplului „capitalist“, spune de la sine aproape totul despre ruptura din conștiință dintre ceea ce trebuie să fie și ceea ce este. Mai este de adăugat tot aici ceva

important. Capitalismul nu poate exista decât cu *purtători valorici* ai practicilor capitaliste. Or, se uită prea adesea că în economia românească de dinainte de '89 n-au existat *insule de capitalism*, iar tot ceea ce amintea de „spiritul capitalismului“ era repede și brutal descurajat prin acțiuni represive ce se deghizau, evident, sub forma „legalității“ socialiste.

Acestea toate sunt evidențe, dar aceasta nu înseamnă deloc că ele sunt și adevăruri transparente pentru toată lumea. Încă de la început. De pildă, ce n-a fost evident, ci mai degrabă încețoșat și tulbure?! În primul rând, n-a fost clar faptul că utilizarea termenului *democrație* trebuia însoțită de întrebuintarea, pe același plan, a discursului, și a noțiunii de *capitalism*. Ce să facem acum, să ne lamentăm pentru această nesincronizare și să-i culpabilizăm global pe oameni? Nu este deloc cea mai înțeleaptă atitudine, dar nici nu putem să nu observăm cât de păguboase au fost nesfârșitele campanii de tip *reactiv* în care se amestecau, într-o incongruentă devălmășie, atitudini ce țineau de cea mai pură psihologie (invidie, ură față de oricine era activ, îndrăzneț și înțelegea ceva din spiritul afacerilor) cu doar ușoare urme de atitudine *reflexivă* (atitudine sinonimă, în acest caz, cu ideea că noțiunea de *capitalism* trebuie să fie privită fără patimă și, mai ales, fără prejudecăți). Nu pot fi trecute cu vederea, în același context, judecăți pripite de evaluare formulate în cei mai categorici termeni: „Ne îndreptăm fără ieșire și pentru totdeauna spre un capitalism primitiv“ sau „Capitalismul românesc nu seamănă cu nimic din Europa, el este identic cu cel latino-american“ sau „capitalismul nostru este unul de tip mafiot“ etc. etc. Orice om cât de cât dispus să judece în termeni logici și să asculte de bunul-simț nu putea să nu observe contradicția dintre „capitalismul este un rău necesar“ și „democrația este un bine posibil“. N-am aduce acest argument la iveală dacă el n-ar avea și o importanță deloc de neglijat în jocul politic real. Astfel, deși de zece ani se vorbește deschis (sau mai deschis) despre capitalism,

este ciudat că argumentele pentru a fi considerat „democrat” sunt însoțite de reproșuri abia mascate, aduse, în fapt, capitalismului, care este redus la vechea imagine caricaturală. Astfel, adversarii sunt etichetați ca stăpâniți de toate viciile „burghezului” clasic și de toate defectele capitalismului „primitiv” (evident). Ce adevăruri ar trebui în acest context să fie totuși făcute evidente? Chiar cu riscul de-a simplifica excesiv, credem că trebuie accentuate câteva idei. Întâi de toate, capitalismul ține de legătura de ordin natural dintre om și progres în scară civilizatorică. Din acest punct de vedere capitalismul reprezintă modul în care, deloc ușor și deloc scutiți aprioric de suferință, oamenii au învățat din *necesitate* să aibă o *conduită rațională orientată spre realizarea unui scop*. Acest comportament rațional presupune și el la rândul lui, nu numai ceea ce numim *utilitate* și *eficacitate*, ci și voință fermă în urmărirea scopurilor, spirit de inițiativă, hărnicie, ordine în viață, respectarea cuvântului dat și respectarea contractului (o dată semnat). Ce se uită adesea este faptul că *spiritul capitalismului* este solidar cu o *etică*, că el a ajuns să reprezinte un temei pentru a aprecia calitatea morală a unei persoane: moral este cel ce acționează și muncește rațional, cel ce este onest prin respectarea condițiilor acceptate în prealabil ca reguli și norme de ordin etic în relațiile concurențiale, cel ce este util prin faptele sale celui mai mare număr de oameni ș.a.

Adevărul adevărat este că acest etos al capitalismului nu era întărit pe deplin la noi, de pildă, nici măcar în anii '30 ai secolului. Acest fapt este vizibil atunci când D. Gusti scriind în orizontul aceluia timp *Pentru o etică vie a națiunii* găsea că tocmai asemenea virtuți – precum cele mai înainte pomenite – trebuie urmărite cu asiduitate „dacă vrem progres social și demnitate umană”. Mai este oare nevoie să mai repetăm acum cât de necesar este acest fel de *capitalism* înfrățit cu o *etică a acțiunii raționale*? Alternativa ar fi ieșirea din istorie, din morala globală a civilizației actuale.

3.3. Etosul spiritului întreprinzător

De la cei vechi încoace știm că una dintre căile drepte folosite pentru a explica un fenomen este aceea a analizei genezei acelui fenomen. Altfel spus, dacă vrem să avem o imagine cât de cât cuprinzătoare asupra a ceea ce se numește „spiritul întreprinzător“, trebuie să ne interogăm asupra condițiilor de posibilitate și de apariție ale acestuia ca fenomen repetitiv și semnificativ în istorie. Sigur, întreprinzătorul și spiritul lui nu sunt un produs exclusiv al post-medievalismului; desigur că a face afaceri, comerț implica și anterior îndrăzneală, curaj și inițiativă individuală, dar numai după ce negoțul a devenit activitate ce-a „spart“ granițele economiei naturale închise și după ce vechea mentalitate „contemplativă“ a fost părăsită încet dar sigur, numai de atunci se poate vorbi cu adevărat de apariția individului întreprinzător în istorie. Secolele al XV-lea și al XVI-lea au reprezentat începutul, iar descoperirea Lumii Noi este fața spectaculoasă a fenomenului. Ceea ce este cert este că spiritul îndrăzneț, întreprinzător se conturează ca fenomen ce cuprinde un număr tot mai mare de oameni de abia când se articulează ceva deosebit în istorie, și anume spiritul capitalismului. Așa a numit acest spirit Max Weber în celebra sa carte *Etica protestantă și spiritul capitalismului*.¹² Este una din acele explicații cauzale, de cauzalitate multiplă care s-au dat asupra fenomenului și care merită să fie nu doar pomenită acum. Apariția omului întreprinzător, activ în viață și în profesie nu putea să fie generată doar de factori pur economici și nici doar de caracterul psihologic al unor oameni orientați spre risc, profit, bani, avere, statut social superior. Iată una din ideile lui Max Weber. Ea vine în răspăr cu teoriile și ideologiile ce consideră spiritul întreprinzător – văzut drept nucleu al spiritului capitalismului – ca fiind fie imoral, fie amoral. Oricine procedează astfel vede doar rapacitate, lipsă de

scrupule, egoism feroce la începutul etosului modern. Se putea oare să fie numai astfel? Ceea ce se năștea atunci era o nouă formă de legitimare pentru acțiunea umană și legitimarea spiritului îndrăzneț, activ, întreprinzător s-a făcut nu dincolo de religie, nu dincolo de creștinism, ci și prin acestea. Dar și aici intervine o corecție. Catolicismul și protestantismul s-au „împăcat” diferit cu acceptarea spiritului întreprinzător. Primul n-a „sanționat premial” și în plan moral activitățile negustorești, afacerile de tot felul, versatilitatea, strategiile de reușită în viață bazate pe efort propriu ș.a.m.d. Tendința manifestată în etosul protestant a fost aceea de a compatibiliza două elemente până atunci receptate ca fiind totalmente diferite. Ne gândim la *asceză* și la *acțiunea rațională îndreptată spre realizarea unui scop*. Prima tendință venea din creștinismul medieval, ceea de-a doua era o cerință a vieții productive. În acest fel omul liber în planul acțiunii raționale își punea singur limite și acestea însemnau: cumpătare, prevedere, asceză, spirit de economie. Cum puteau acestea să fie cel mai adecvat realizate? Prin *profesie* și mândria de a te subordona cerințelor acesteia și prin *familie*. Oricine putea deci primi prețuirea comunității atât în planul spiritual al vieții, cât și în orizontul prozaic al cotidianului.

Intramundanizarea pe care o aduce protestantismul are în centrul ei ideea de activitate rațională (al cărei corelativ este ideea de *Beruf*, de profesie dar și de vocație) prin intermediul căreia omul se afirmă și religios. Se rupea astfel și cu o practică de tipul: sunt activ, întreprinzător, fac ceea ce-mi dictează interesul și apoi prin căință și rugăciune obțin ispășirea păcatelor. Simplificat, judecata era acum alta: sunt activ și rațional în tot ceea ce fac, sunt loial în afaceri și în relațiile cu ceilalți, îmi respect cuvântul dat și nu calc niciodată convențiile și contractele semnate. În „Testamentul” său, Benjamin Franklin a statuat exemplar acest tip de conduită și de aceea, deloc întâmplător, Max Weber¹³ face trimiteri repetate la acest text. Trimitere, inclusiv la cerința-

maximă: „Timpul înseamnă bani“, pe care Părintele fondator al Americii n-a ezitat să o treacă drept regulă obligatorie pentru cel ce este sau vrea să devină întreprinzător. Tot Franklin nota că „banii sunt prin natură generatori și prolifici, iar dacă onorezi repede creditul vei primi și altă dată, și atunci vei apărea ca un om scrupulos și onest“. Este vorba în acest caz, cum s-ar părea, doar de simplul „sens al afacerilor“? Weber demonstrează că este ceva mai mult și mai important: *un etos*. Acest etos nu poate fi înțeles fără ideile de ascetism, fără renunțare și muncă rațională, eficientă. În fapt, ascetismul puritan avea ca „sarcină“ afirmarea omului prin motivele sale permanente, altele decât cele ce izvorăsc din afectele dezordonate. Se inculcă astfel o „personalitate“ în sensul formal și psihologic al acestui termen. Iar contrar ideii comune referitoare la ascetism se afirmă că orice om trebuie să fie capabil să ducă o viață alertă și inteligentă. Acest tablou simplificat al etosului întreprinzătorului nu este complet fără ideea de loialitate mercantilă. Maxima loialității mercantile sună simplu: „Fii cinstit în afaceri! Nu trișa! Dă atât cât te aștepți să primești!“ Dincolo de limitele pe care această maximă le are, comparată cu regula de aur a creștinismului („Iubește-aproapele tău ca pe tine însuși“), ea trebuie privită ca având un rol enorm pentru destinul civilizației actuale.

Suntem departe de-a asimila, de-a învăța rapid aceste reguli de aur ale spiritului capitalismului, dar nici fără ele nu putem face nici un pas semnificativ¹⁴. Cât va dura învățarea acestor reguli depinde și de cât de repede va fi dezvățarea de prejudecățile referitoare la spiritul întreprinzător, prejudecăți care-l echivalau pe cel activ economic cu „șmecherul“ și „escrocul“ comun. În fapt, în înțelepciunea lui, limbajul comun a consemnat o diferență de esență, nu de grad, dintre *businessman* și *bișnițar*.

Deocamdată, însă, – după cum observa o personalitate, după părerea noastră, îndreptățită prin statut instituțional și moralitate individuală, să formuleze o judecată de constatare cu valoare de

judecată de apreciere¹⁵, – în România s-a dezvoltat „un capitalism de cumetrie“. Or, evident, o democrație consolidată și matură cum este deja, cea existentă în țările care alcătuiesc „nucleul tare“ al U.E., implică depășirea cât mai grabnică a acestei forme cu rădăcini autohtone de capitalism.

3.4. Sinceritate și bună-credință

Sinceritatea și buna-credință sunt, indubitabil, valori morale, dar acestea au un suport psihologic ușor recognoscibil în înclinații, atitudini și deprinderi.

În cele ce urmează vom încerca să vedem în ce constă nevoia de sinceritate și de bună-credință în cuprinsul etos-ului autohton.

În fond, tranziția a afectat, atât direct, brutal, lipsit de menajamente cât și mediat, insidios cel mai adesea –, *modul de viață*, adică, *cum* să-ți câștigi existența și *ce* să fii. Destructurarea „codurilor tari“ ale vieții, cele ale stilisticii nivelului de trai, cerea impersonal o sinceritate frustă asupra întregului trecut existențial, asupra a ceea ce-ai fost, cum ai fost, ce ai făcut, dar, mai ales, asupra a ceea ce poți într-adevăr face și asupra a ceea ce ești în stare să devii. Destructurarea existențială nu s-a însoțit însă de o privire lucidă asupra a ceea ce se cheamă neutral și rece, *condiții* sociale, și nici asupra posibilităților, a disponibilităților real psihologice ale fiecărui om în parte. În plus, modul de viață anterior, existența profesională și cotidiană în nemijlocirea lor, erau dominate de duplicități, de complicități și de intransparențe adânc internalizate în atitudini, deprinderi, motivații false sau convingeri fundate pe „logica“ ipocriziei generalizate: *ei* mint, în primul rând, înseamnă că nici *noi* nu putem spune adevărul. Acest *ei*, a ajuns destul de repede să desemneze *alte* categorii, cel mai adesea noii oameni politici, și, astfel, cercul vicios al

determinațiilor sociologice și psihologice ale minciunii, s-a refăcut din nou, chiar dacă actorii, nu și-au schimbat decât locul, statutul, în timp ce, „maniera de joc” a rămas, în linii mari, aceeași: topologia socială a mincinosului a făcut apel *la* și s-a însoțit *cu* tipologia ipocritului dintotdeauna. Or, în acest context, aceasta este, sau ar trebui să fie, problema strict morală care să ne intereseze: *cum* se afirmă sinceritatea ca virtute, ca *valoare etică perenă*, pe suportul *faptului psihologic* al „nevoii de adevăr” și, totodată, cum apare ea dincolo de actele „sincerității psihologice” propriu-zise. O atare abordare ne obligă la alte câteva interogații fundamentale, de primă și ultimă instanță: care este, totuși, locul sincerității în limitele conștiinței morale, altfel spus, în ierarhia virtuților etice? Este ea o noțiune etică esențialmente deontologică sau teleologică, adică se află ea în legătură nemijlocită cu datoriile sau obligațiile sau, dimpotrivă, în primul rând cu scopurile sau consecințele? Înainte însă de a sugera ce loc ocupă ea printre virtuți, poate că este potrivit să vedem ce fel de virtute este sinceritatea: una care reglementează raporturile noastre cu *adevărul*, o virtute *aléthéiagală* (pentru că are ca obiect *adevărul* însuși) după cum ne asigură Andre-Comte Sponville. De asemenea, ca *simplicu fapt*, sinceritatea înseamnă conformitatea gesturilor și a cuvintelor cu viața interioară, sau a acestora cu ea însăși, în timp ce, ca virtute, este „iubire, respect pentru adevăr, precum și singura credință care are valoare în sine”. Tocmai de aceea sinceritatea ca valoare morală, nu ca fapt sau stare psihică, este strâns legată de buna-credință, atât de mult încât, de pildă, autorul menționat preferă să o includă, pe aceasta din urmă, în propriul tabel de „mari virtuți”, omițând cu bună știință sinceritatea. Argumentul adus, merită oricum să fie făcut evident. Astfel, se consideră că *a fi de bună-credință*, este o valoare și o virtute mai consistentă decât simpla sinceritate a celui care spune adevărul, fiindcă *a fi de bună-credință* nu este echivalent cu *a spune întotdeauna adevărul*, ci înseamnă a spune

măcar adevărul despre ceea ce crezi, „iar acest adevăr rămâne la fel de adevărat chiar și atunci când te înșeli în ceea ce crezi“; este ceea ce se numește uneori „franchețe sau veracitate sau sinceritate“: este contrariul minciunii, al ipocriziei, al duplicității, pe scurt, al tuturor formelor, individuale ori publice, de rea-credință. Și, în aceeași ordine de idei: „există o minimă deosebire între sinceritate și bună-credință; a fi sincer înseamnă a nu-i minții pe alții; a fi de bună-credință înseamnă, însă, a nu-i minți nici pe alții, nici pe tine însuși; buna-credință este întotdeauna necesară și demnă de laudă, fiind, totodată, o datorie: datoria față de tine însuși“. În ceea ce ne privește, considerăm că, există argumente și pentru tratarea separată a celor două noțiuni etice, după cum există și această posibilitate argumentativă: sinceritatea, nu cea lipsită de generozitate sau de compasiune, nu cea cinică, este ea însăși o virtute care are ca nucleu al ei, indispensabil, chiar buna-credință. În acest fel, cel sincer cu adevărat, adică cel care implică și imprimă un conținut moral *tuturor* actelor, spuselor, gesturilor sale, poate fi astfel fiindcă este de bună-credință, adică este sincer, în primul rând față de ceilalți. Morala este tocmai „presupoziția că ceilalți există“, aceasta este proba, testul că „tu nu minți“. Cine nu-i minte pe ceilalți, este de presupus că, nu se minte nici pe sine, și, aceasta este în fond, sinceritatea omului de bună-credință. Prin urmare cele două puteri ale sufletului se presupun și se susțin reciproc. Oricum, acest aliaj frățesc dintre sinceritatea de bună-credință și buna-credință sinceră, spune ceva extrem de important despre fundamentele limpezirii morale în situații de rupturi existențiale și, în același context, afirmă implicit ceva despre rolul gândirii, în genere, al gândirii etice, în mod special, cu privire la statutul moral și antropologic al sincerității și al bune-credinței. Astfel, dacă admitem că sinceritatea omului de bună-credință este, sau ar trebui să fie, virtutea prin excelență a intelectualilor și a filosofilor; dacă admitem că cei cărora le lipsește buna-credință

„nu sunt nici intelectuali, nici filosofi“ („ar vrea ei să devină – arată Andre-Comte Sponville – dar nu merită nici unul dintre titluri“, deoarece „gândirea nu este doar o meserie, și nici un divertisment, ci o *necesitate*, o necesitate umană, și poate virtutea primordială a speciei“) dacă acceptăm adevărul că inventarea limbajului a adus și posibilitatea minciunii, nu doar a șiretlicului și a vicleniei, care există și-n lumea animală; dacă admitem, de asemenea, că adevăratul motiv, care face buna-credință a omului sincer, logic posibilă și moralmente necesară este tocmai *homo loquax*; *homo mendax* (adică faptul că omul este un animal care vorbind poate minți și care minte); atunci realizăm câte implicații are ideea simplă, conform căreia sinceritatea și buna-credință sunt temeiuri *esențiale* ale instituirii încrederii între oameni, adică elemente primare ale *posibilității* moralității. În fapt, constatăm că normele, regulile și codurile sincerității pot varia în diverse societăți sau grupuri, dar sinceritatea, ca și dreptatea și curajul rămân virtuți esențiale oricărei comunități, după cum sinceritatea, nevoia de judecată imparțială și asumarea riscurilor sunt deziderate primare (recognoscibile tot în elementaritatea vieții) care includ în ele însele ideea minimei încrederi, a unei minime bune-credințe, chiar în situații de conflict deschis sau de război. Oricum, sinceritatea are ca reper al ei ferm și unic, spunerea adevărului, fidelitatea față de adevăr și iubirea, mai presus de orice, a *faptei adevărate*, adică a vieții fără minciună. Viciul este, desigur, *minciuna* (în *Decalog* formula este extrem de exactă în acest sens, „să nu depui mărturie mincinoasă“) cu toate subspeciile ei: falsul (Aristotel remarca în *Etica Nicomahică*, „prin ea însăși, *falsitatea* este un lucru josnic care trebuie reprimat, iar *sinceritatea*, unul nobil și demn de laudă“), dar și simularea, ipocrizia, lăudăroșenia, adularea, și, nu în ultimul rând, disprețul autenticității, a naturaleții, a firescului în comportare și a simplității în stilistica vieții exterioare.

În ultimă analiză, sinceritatea ca valoare morală, ca virtute deci, și minciuna ca sferă negativă a sincerității ridică răspunsuri amănunțite asupra *temeiului prim*, a ceea ce se numește *necesitatea morală*, de a spune *întotdeauna* adevărul, implicit, de a nu minți. A spune „întotdeauna“... înseamnă, dintru început, că sinceritatea este o *obligație* care nu acceptă *excepția*. Așa este concepută sinceritatea în grila eticii deontologice, în cea kantiană, în chip explicit: să spui adevărul și numai adevărul, în mod necondiționat, ascultând numai de imperativul categoric, acționând deci din datorie, adică nu numai în acord cu legea morală, ci, și din *respect* pentru ea. Din punct de vedere deontologic a spune adevărul este o datorie valabilă în mod universal și necesar pentru orice ființă rațională, este o datorie obligatorie chiar dacă ea *nu* reprezintă cea mai utilă opțiune și cea mai benefică acțiune practică. Simplu spus, din această perspectivă, nu trebuie niciodată să minți, pentru că sinceritatea poate fi o obligație universală, în timp ce, opusul ei, minciuna nu întrunește o asemenea condiție a universalității; în fapt, condiția universalității obligatorii a actelor din datorie este *temeiul*, este esența moralității elementare. Este posibilă o viață morală dacă toți oamenii ar minți? Nu, pentru că atunci ar dispărea orice diferență între adevăr și minciună, iar în absența unui reper al adevărului ar dispărea și minciuna ca minciună; încercând să „universalizăm“ minciuna, constatăm că ea se autodesființează. Și totuși, sunt situații în care onorarea acestei maxime a sincerității ca obligație morală universală poate fi, la modul propriu, catastrofală. Sunt celebre, astfel, analizele dilemelor de tipul: violăm legea sincerității pentru a salva viața unor persoane inocente, sau respectăm această obligație cu riscul condamnării la moarte sau la suferință a unor ființe nevinovate? Strict deontologic s-ar părea că este de ales a doua variantă, dar o analiză a *conținutului* moral ne sugerează în mod imperativ să acceptăm excepții, adică să vedem nu numai datoria pură și

necondiționată ci, să vedem și *consecințele* unei acțiuni, adică să acceptăm și ceea ce cere, în chip expres, perspectiva teleologică. Norma sincerității în acest caz ar suna „să spui adevărul, *pe cât posibil*, în toate cazurile și-n toate situațiile“ (deontologism limitat) dar, uneori poți, este scuzabil să minți, atunci și numai atunci, însă când, prin spunerea adevărului produci un rău, unul indubitabil și de nereparat (teleologism extins). În fapt, în decizia deontologică accentul va cădea întotdeauna pe cunoașterea și recunoașterea datoriilor, în timp ce, în hotărârea, în decizia teleologică este implicată o continuă raționalizare a situațiilor și a conduitei, pentru că, în acest al doilea caz, trebuie mereu și mereu evaluate precis *toate* consecințele acțiunii. Oricum, tema lui „a nu minți niciodată orice ar fi“ și „a minți doar atunci când spunerea adevărului generează un rău sigur și incomensurabil“, este o temă mai mult decât dificil de soluționat, dacă este discutată *numai* în planul opoziției dintre teoriile deontologice și cele teleologice. De îndată însă, ce sunt aduse, în planul din față, *cazuri de viață*, soluționarea dilemelor ivite va înclina balanța, fie înspre obligația de *a fi sincer ca datorie*, fie înspre atingerea scopului de a nu minți, ca *un bine însoțit de utilitate*, un bine pentru cel mai mare număr de oameni. În orice caz, analiza situațiilor de viață care solicită spunerea adevărului aduce cu sine câteva probleme. Prima: punerea intuitivă a testului reversibilității, adică „a regulii de aur“ care-n acest context ar suna astfel: tratează-i pe ceilalți cu tot atâta sinceritate cu câtă ai vrea tu însuși să fii tratat de ei! Acest test intuitiv, acest exercițiu mental prin care ne închipuim dacă în locul altei persoane decizia noastră ar fi la fel de bună, oferă o solidă bază pentru ideea că sinceritatea este o datorie tocmai pentru că ea poate fi universalizată. A doua: aducerea *intenției potrivite*, știind faptul că, în perspectiva deontologică intenția privește acordul faptei cu datoria, iar în grila teleologică intenția vizează, precumpăritor, consecințele unei acțiuni. În ambele situații însă contează *valoarea intenției* și aceasta este un

criteriu în judecarea conținutului moral al sincerității. Or, chiar această ultimă precizare referitoare la valoarea intenției ne sugerează că, în ultimă instanță deși teoria deontologică este oarecum atacabilă pentru că i se cer excepții în privința obligativității sincerității (nu poți fi sincer cu un criminal sau hoț spunându-i un adevăr pe care acesta-l va folosi pentru a face rău), totuși ea, și nu teoria teleologică oferă *definiția, înțelesul* deplin, *esența* moralității și, prin aceasta, *conținutul* moral prim și ultim al sincerității. Parafrazându-l pe Russell, deși în alt context, putem spune: *corespondența* actelor și faptelor *cu datoria* ne dă definiția, ne furnizează esența moralității, în timp ce „criteriul utilității și al consecințelor bune“, reprezintă, desigur, un important *test* al moralității, dar nu singurul. În fond, *corespondența* cu datoria este natura, este înțelesul însuși al adevărului moral, este înțelesul deplin al sincerității, iar, testul coerenței scopurilor cu efectele și consecințele, reprezintă un important criteriu pentru ierarhizarea actelor bune și utile în același timp. Există și o probă intuitivă, la nivel de stadializare și de tipologie psihologică, pentru această distincție: etapa ultimă a moralității este cea deontologică (cea a principiilor etice universale), iar ea este o etapă satisfăcută exclusiv de tipul centrat pe adevăr și sinceritate, într-un sens mai larg, ea este sinonimă cu omul de bună-credință, curajos și inflexibil în apărarea principiilor.

Revenind la cele afirmate la început, constatăm că, sinceritatea – și are topos-ul său în limitele substanțiale ale conștiinței morale: ea este, indiscutabil, o condiție, minimală și maximală în același timp, o condiție indispensabilă a afirmării cu bună-știință și cu bună credință a moralității elementare. Se poate obiecta imediat că nu este deloc ușor ca această *condiție obligatorie* să fie realizată, că sunt prea multe alte *pre-condiții* (*antropologice*: slăbiciunea voinței, inteligența, care poate fi folosită și pentru a spune adevărul dar și pentru a minți;

sociologice: reguli, norme, precepte, deprinderi sociale, moravuri care exclud implicit prețuirea pentru „purtarea corectă“, „sinceră“ și-l valorizează pe cel „descurcăreț“, „inteligent social“, „isteț“, pe „hoțul neprins e negustor cinstit“; *psihologice*: înclinația de-a lua dorința drept realitate, sau înconștientul colectiv și cel individual „pre-programate“ prin „adaptări psihice“ mai degrabă pentru ipocrizie, simulare, suspiciune, duplicitate decât pentru franchețe) care nu sunt neapărat favorabile „spunerii adevărului și numai adevărului“, cu asumarea riscurilor de rigoare. Dar cine a spus că *a fi moral* este ceva facil, ceva de la sine înțeles, efectuat fără nici un efort, în absența voinței și a înclinației? În fond, testul sincerității este trecut de fiecare om în dimensiunea lui morală în tot cuprinsul vieții. Iar, pentru că nimeni nu poate spune că n-a mințit niciodată, aceasta nu înseamnă deloc că „toți sunt la fel de mincinoși“, ci, doar că minciunile își au gradele lor de nocivitate. Sunt minciuni inocente după cum sunt minciuni monstruoase, fatale. Nu este același lucru să spui un neadevăr evident dar inofensiv cu a spune un semi-adevăr cu efecte distructive pentru un om sau o colectivitate. În această conexiune apăsătoare, dintre *tranzizie*, – care-i solicită pe oameni pentru „adevărul supraviețuirii“ sau pentru „adevărul îmbogățirii“ – și *medii*, care scapă, adeseori, de sub orice control public, avizat și responsabil, adevărul nu iese nici *singur* și nici sigur la iveală. De asemenea, des auzita formulă „din minciună nu iese nimic“ este ea însăși un neadevăr patent cu grave consecințe pentru morala publică, pentru simplul fapt că, „din minciună iese orice“, și noi, nu putem ști ce conține, până la urmă acest „orice“. Chiar nu știm? Merită, totuși, măcar să ne *îndoim* că nu știm. Înainte să fim postmoderni și sceptici, postmoralisti și cinici, să fim mai întâi, pur și simplu *moderni*, adică dubitativi asupra temeiurilor, încrezători asupra efectelor, dacă ele au fost bine gândite și de bună-credință, în intenție. Numai astfel se constituie un adevăr al vieții, numai astfel ceea ce numim „unitatea unei vieți“ se încheagă într-un întreg *cu sens*, inteligibil și, mai ales, comprehensibil.

NOTE:

¹ Daniel Barbu, *Șapte teme de politică românească*, Editura Antet, 1997.

² Vladimir Tismăneanu, *Reinventarea politicului*, Ed. Polirom, București, 1996.

³ Mihaela Miroiu, Vladimir Pasti, Cornel Codiță, *România. Starea de fapt*, vol. I, Ed. Alternative, București, 1997; Adrian Miroiu (ed.) *Instituții în tranziție*, Ed. Punct, București, 2002.

⁴ Aceste idei ne-au fost sugerate de Profesorul Dick Hassing de la Universitatea Catolică din Washington D.C. în primăvara lui 1991. El ne-a semnalat, cu amabilitate, textul lui Leo Strauss.

⁵ Vezi în R. Paul Churchill, *Hobbes and the Assumption of Power*, în Peter Caws (Ed), *The Causes of Quarrell*, Beacon Press, Boston 1989, pp. 13-22.

⁶ Vezi Dick and R. Hassing, *Problemele republicanismului democratic. The Federalist despre facțiuni și separația puterilor*, Apostrof, Cluj, 1994.

⁷ Vezi ediția românească la Editura Institutului European, Iași, 1996

⁸ W.D. Ross, *The Right and the Good*, Oxford University Press, London, 1930; vezi în William H. Shaw and Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, 1992, pp. 73-77.

⁹ Pentru aceste dezvoltări ideatice vezi Adrian Paul Iliescu, Radu Solcan *Limitele puterii*, ed. All, București, 1994.

¹⁰ Jérôme Ballet, Françoise de Bry, *L'entreprise et l'éthique*, Editions du Seuil, Paris, 2001, pp. 97-142.

¹¹ Este vorba, în principal, de cartea *Stălpini noii puteri în România*, Ed. Nemira, București, 1996, dar Silviu Brucan a întreprins în mod sistematic printr-un discurs coerent și consistent, timp de 15 ani, o inegalabilă operă de *pedagogie democratică*. Astfel, nu s-a ferit deloc să afirme mereu și meru că viața românilor se petrece vrând-nevrând într-o *societate capitalistă* și după reguli democratice experimentate deja de statele occidentale.

¹² Max Weber, *Etica protestantă și spiritul capitalismului*, Ed. Antet, București, 2003 (vezi și excelenta prefață a lui Ioan Mihăilescu, primul traducător în românește a acestei celebre cărți).

¹³ „A câștiga bani – în măsura în care acest lucru se face în spiritul legilor – este, în ordinea economică modernă, rezultatul, expresia competenței și talentului în cadrul unei profesii; și este ușor să se vadă că această activitate, acest talent sunt Alfa și Omega ale moralei lui Franklin“, Max Weber, *op.cit.*, p. 36.

Vezi în aceeași ordine de idei, Nicolae Bellu, *Morala în existența umană*, Ed. Științifică, București, 1989, pp. 187-191.

¹⁴ Vezi în acest sens studiul introductiv al lui Ioan Mihăilescu la vol. Max Weber, *Etica protestantă și spiritul capitalismului*, Ed. Antet, București, 2003; Dumitru Sandu, *Sociologia tranziției* (1996) și *Spațiul social al tranziției* (1999); Alexandru Florian, *Modele politice ale tranziției*, Ed. GEEA, București, 2004.

¹⁵ Cum s-a ajuns aici se poate urmări, îndeosebi, în: Ion Iliescu in *dialogue with Vladimir Tismăneanu on Communism, Post-Communism and Democracy, The Great Shock at the End of a Short Century*, Social Science Monographs, Boulder Distributed by Columbia University Press, New York, 2004.

¹⁶ Pentru conexiunea *capitalism - democrație* vezi William H. Shaw and Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, ed. cit., cap. *Natura capitalismului* (pp. 149-169), în special, paragraful *Justificările de ordin moral ale capitalismului*. În fond, autorii aduc în prim plan „virtuțile economiei de piață” și „virtuțile proiectului democratic originar”. Ipoteza lor sună, în esență, astfel: democrația prin respectul pentru drepturile inalienabile ale omului (la viață, libertate, proprietate, fericire), este cea care, în ultimă instanță administrează rațional tensiunea ivită între celelalte drepturi negative și dreptul natural de proprietate.

În spațiul autohton, Petre Roman în *Este România pregătită pentru adevăr?* (2006) operează distincția: „economia de piață” și „societate de piață”. După opinia omului politic român, democrația ca proiect moral-politic de societate nu poate fi identificată numai cu economia de piață: piața nu rezolvă prin „mâna invizibilă” probleme precum, de pildă dreptatea, egalitatea de șansă sau libertatea. După el, cât timp există valori morale non-negociabile (libertate, viață, demnitate) nu este de dorit ca acest teritoriu să fie identificat cu cel al negocierilor specifice pieței.

Capitolul 4

Conștiința morală și comportamentul etic în afaceri

4.1. Formarea conștiinței morale și etica afacerilor

4.2. Treptele conștiinței morale și nivelele judecății etice în afaceri

Capitolul 4

Conștiința morală și comportamentul etic în afaceri

4.1. *Formarea conștiinței morale și etica afacerilor*

La o primă privire există tot atâtea moduri de viață și feluri de a concepe etica pe câți indivizi există. Fiecare își construiește propria sa manieră de a se concepe ca ființă morală de-a lungul relațiilor sale cu lumea și cu ceilalți. În fond, trivială sau exemplară, inspirată de orgoliu sau de generozitate, de pasiunea pentru eficacitate sau de dorința de a câștiga, marcată sau nu de religie, această manieră se exprimă în comportamente, proiecte, decizii, într-o măsură mai mare decât în discursurile despre sine ale omului pe care acesta, câteodată, le trădează.¹ Oricum, această diversitate a *conținuturilor* morale nu împiedecă totuși similitudinea în dezvoltarea *formelor* conștiinței individuale. Mai mult, conștiința morală în evoluția ei ontogenetică parcurge anumite stadii, ceea ce înseamnă că nimeni nu se manifestă moral dintr-o dată după cum nimeni nu judecă din perspectivă etică decât la un anumit nivel al dezvoltării sale psihologice. Jean Piaget² și pe urmele lui Laurence Kohlberg³ au stabilit, primul, condițiile de ordin psihogenetic pentru trecerea de la morala *heteromană* la cea *autonomă* (adică trecerea de la morala copilăriei la cea a adultului normal psihologic și moral capabil să se integreze în societate ca ființă aptă să gândească în stadiul reversibilității, al autonomiei judecății), iar cel de-al doilea să stabilească nivelele progresive pe care le parcurge conștiința morală în genere.

Din punctul de vedere al eticii afacerilor este important să fie urmărite aceste teoretizări pentru câteva motive: a) în dezvoltarea sa fiecare individ este afectat de experiențele pe care el le are în legătură cu egalitatea și inegalitatea, cu ceea ce este drept și nedrept, cu ceea ce este schimbul, pedeapsa, conformitatea, așteptarea mutuală, utilitatea sau binele valabil în mod universal pentru orice om indiferent de situația sa particulară etc.; b) dacă există asemenea stadii, atunci este crucial să se vadă unde apar conflictele morale în afaceri și cum pot fi ele rezolvate. Sau, mai precis: în care stadiu pot fi soluționate dilemele morale apărute în sfera tot mai largă a afacerilor.

Potrivit lui Kohlberg există trei stadii (cel *preconvențional*, *convențional* și *postconvențional*), iar fiecare stadiu are, la rândul său, două nivele, ceea ce înseamnă că, în total, există șase etape ce compun și definesc conștiința morală⁴. Grosier vorbind, nivelul preconvențional este cel al copilăriei și el se divide la rândul său în două etape.

Prima etapă⁵ este cea a *supunerii și pedepsei*. Acum copilul, permanent în căutare de experiențe se lovește de rezistența lucrurilor și de voința celor din anturajul său care se opun anumitor impulsuri, încurajându-le în schimb pe altele; el învață din experiență că este important să asculte măcar în măsura în care acest lucru nu-l oprește să exploreze. Ceea ce *este drept* pentru el, se înscrie în ansamblul de reguli a căror încălcare provoacă pedepse: trebuie, de pildă, evitată spargerea farfuriilor și stăpânite accesele de furie. Se face ceea ce *este just* atunci când regulile nu sunt transgresate. În genere, interdicțiile și permisiunile se juxtapun într-un ansamblu dominat de relații afective, dar coerența acestuia nu apare de la început. În fapt, în această etapă, individul se supune pentru a evita pedepsirea. Ca urmare, singura motivație a acestui individ pentru a face ceea ce este corect, drept, permis este să evite, pe cât posibil, orice fel de sancțiune, de pedepsire dureroasă. Preocupările și interesele altor

indivizi nu-l interesează, cu excepția cazului când i-ar afecta propria situație.

Cea de-a doua etapă este cea a *scopurilor individuale instrumentale* și a *schimbului*. Acum, copilul conștientizează faptul că ceilalți există ca atare, diferiți de el; ei au locul lor în înțelegerea a ceea ce trebuie făcut sau evitat; respectul interesului lor devine corelativ cu respectul propriului său interes. De pildă, pentru că este altcineva în cauză, trebuie să meargă la culcare fără a protesta, trebuie să nu se murdărească etc. Sau, mai pozitiv: el realizează că trebuie să fie echitabil în schimburi; de pildă, oferă o bomboană pentru a primi un elastic⁶. Astfel, se naște și se dezvoltă sentimentul reciprocității: dacă ei mă fac să sufăr, nu este bine; deci, nu trebuie să-i fac să sufere. De asemenea, acum se sedimentează sentimentele și interesele legate, pe de o parte, de *ceilalți* și, pe de altă parte, de *obiecte*, după cum tot la acest nivel unii sunt tentați să acorde proeminență fie lucrurilor, fie celor cu care intră într-o relație de schimb. În orice caz, obiectivul individului este în această fază să facă ceea ce poate pentru a-și realiza interesele, paralel cu conștientizarea faptului că și alții au interese. Se consideră că este corect și bine ca toți indivizii să-și urmărească interesele lor. Singura rațiune pentru a face ceea ce este bine constă în rezolvarea, pe această cale, a propriilor interese. Conflictele se rezolvă prin schimburi de servicii: cât îmi dai atât îți dau!

Cu cea de-a treia și a patra etapă se ajunge la stadiul *convențional*. La nivel convențional, copilul sau individul nu se mai orientează doar grație impulsurilor sale și reacției celorlalți; el ajunge să înțeleagă că trebuie să fie pentru ceilalți ceea ce el dorește ca ceilalți să fie pentru el. A treia etapă este, astfel, cea a *așteptărilor mutuale* și a *conformității*. Acum, copilul sau individul conștientizează că actele sale nu privesc doar obiectele și plăcerea sau neplăcerea pe care el o are de pe urma lor; ele privesc și plăcerea sau durerea celorlalți, iar acești ceilalți nu sunt

doar cei pe care-i iubește sau detestă din jurul său. *Ceea ce este drept*, de acum înainte, îi cere să fie bun și drăguț; acesta este mijlocul pentru a obține încrederea celorlalți și pentru a fi recunoscut; respectând regulile de conduită, el răspunde așteptărilor anturajului său, care anturaj va răspunde așteptărilor sale. El joacă rolul de frate, soră, fiu, bun camarad, vecin etc. În schimb el va resimți avantajele relațiilor mutuale de încredere și de gratitudine. Oricum, la acest nivel sentimentul este mai puternic decât rațiunea, iar impulsurile mai puternice decât libertatea⁷. Morala ce ia naștere acum se prezintă ca o juxtaapunere de principii și de reguli de conduită a căror coerență are încă puțină importanță; nu se face zgomot atunci când doarme fratele mai mic pentru a nu o deranja pe mama; nu se părăsește masa fără permisiune etc. Unitatea și coerența acestor acte nu este decât cea a unui acord imediat în sânul micului grup familial sau social. În orice caz, la acest nivel faptul că alții se așteaptă de la un individ ca el să facă ceva *anume* devine important pentru acesta. Acum interesele grupului pot să primeze asupra intereselor personale, iar, într-o oarecare măsură, individul este capabil să se plaseze în situația altuia. Oricum, a proceda bine și drept înseamnă a trăi la nivelul așteptărilor celor apropiați, iar individul consideră că acționează corect cu scopul de a răspunde așteptărilor și de a primi aprobarea lor.

A patra etapă, cea a *menținerii sistemului social și al conștiinței* este etapa care încoronează stadiul *convențional*. În cadrul ei individul obiectivează suficient regulile de comportament impuse pentru conservarea societății. În principiu, acum, nu mai este vorba de a se ghida doar prin raportarea la dorințele și impulsurile proprii, nici măcar prin raportarea la ce fac sau omit să facă alții, ci de a recunoaște o prioritate a condițiilor de existență a grupului social. Aceasta este morala conformismului regulilor de comportament, este, în principiu, morala legii. Această etapă este sinonimă cu îndeplinirea datoriei

în societate. Aceasta nu exclude punerea în valoare a intereselor personale, dar realizarea lor este subordonată regulilor vieții în comun. Instituțiile apar de acum înainte ca în tot, fiecare având parțial o responsabilitate pentru acest întreg. Respectând aceste instituții, individul se realizează obținând astfel recunoașterea grupului. Individul este loial unor instituții sociale și el este apreciat ca bun și drept pentru că menține anumite instituții. Conflictele care apar la acest nivel țin de relativitatea valorilor și de caracterul particular al normelor, regulilor, preceptelor sau cutumelor diferitelor societăți, comunități sau instituții⁸.

Cum etica nu se poate identifica cu conformismele sociale sau religioase, rezultă că există un stadiu *postconvențional* în cuprinsul căruia criteriul de apreciere al binelui și răului, al dreptului și al nedreptului nu este unul venit din afara conștiinței, ci el e dependent exclusiv de conștiință și de capacitatea acesteia de a judeca după principii valabile în mod universal. Avem, astfel, cel de-al cincilea nivel, cel *al drepturilor primare, al contractului social și al utilității sociale*. În această etapă individul care nu mai suportă să fie un simplu conformist se interoghează asupra posibilității unei etici *mai înalte* care să-i convină. Dincolo de conformismele ce-l înălțuie, individul se referă la valori care, cel puțin în ochii lui, au o cuprindere universală și la care dorește aderarea celorlalți, chiar dacă nu-și face iluzii asupra acestui aspect. În acest moment el evocă dreptatea, libertatea, egalitatea, adevărul, generozitatea, utilitatea sau orice altă valoare susceptibilă în ochii lui să înfrunte critic cutumele societății. Această etapă este sinonimă cu ideea contractului social din reflecția etică a modernității conform căreia, oamenii, cu scopul de a trăi în pace, fără să se comporte între ei ca lupii, se organizează în societatea de drept. În măsura în care fiecare își abandonează drepturile celorlalți, va beneficia, în schimb, de sprijinul tuturor. De asemenea, indivizii se pot coaliza, dincolo de toate conformismele și deasupra tuturor frontierelor cu scopul de a promova aceste

drepturi primare. În fapt, individul conștientizează că există o perspectivă rațională potrivit căreia există valori și drepturi – cum ar fi viața și libertatea – a căror importanță nu se datorează unor instituții sociale și care trebuie susținute în *orice* societate. Astfel spus, individul este preocupat ca legile și obligațiile către societate să se bazeze pe idealul celui mai mare bine pentru cel mai mare număr de indivizi. Atâta timp cât viața și libertatea sunt protejate, a proceda bine înseamnă a respecta valorile societății pentru că ele sunt acceptate de toți și sunt imparțiale pentru toți. Individul procedează dintr-o perspectivă morală pentru că, fiind o ființă rațională, el este obligat să se supună preceptelor care protejează viața și libertatea, valorii la care el și-a dat acceptul. În fine, etapa cea mai înaltă și ultimă este cea a *principiilor etice universale*. Făcând apel la conștiință individul consideră că există principii etice universale care trebuie urmate și care sunt prioritare oricărui altor obligații impuse de legi și instituții. A proceda moral înseamnă a acționa în acord cu aceste principii. Persoana face ceea ce este drept și bine să facă pentru că, fiind o ființă rațională, înțelege valabilitatea acestor principii și este hotărât să le urmeze. Aceste principii fac apel la înțelegere logică, la universalitate și la consecvență; ele sunt principii universale de egalitate, libertate și reciprocitate a drepturilor umane și de respect pentru demnitatea ființelor umane ca persoane individuale.

Din punct de vedere teoretic apar câteva întrebări semnificative. Cea dintâi dintre ele vizează relația dintre dezvoltarea psihologică și dezvoltarea morală⁹. S-a ajuns în acest sens la câteva certitudini. Prima: dezvoltarea conștiinței morale presupune existența unui substrat de psihism. A doua: există un strâns paralelism între dezvoltarea afectivității și dezvoltarea funcțiilor intelectuale, de unde rezultă un paralelism între dezvoltarea morală și dezvoltarea cognitivă. A treia: *dacă există stadii universale în dezvoltarea psihologică și dacă există stadii universale în dezvoltarea morală aceasta nu înseamnă că cine a*

*parcurs toate stadiile psihologice se va comporta neapărat în conformitate cu etapa cea mai înaltă din punct de vedere moral*¹⁰. De asemenea, și acest fapt are o importanță practică pentru etica afacerilor, cineva poate să atingă vârsta senectuții și, din punct de vedere moral, să nu poată depăși, de pildă, etapa a patra, cea a menținerii sistemului social și a conformării la acesta. În aceeași ordine de idei, dacă ultimele două etape sunt nivele ultime de legitimare universală a conduitei și conștiinței morale, atunci rezultă că apelul la moralitate este singura cale satisfăcătoare pentru rezolvarea conflictelor și dilemelor etice, inclusiv în afaceri. Aceasta înseamnă că, atunci când apare un conflict moral generat de aderența individului, de pildă, la una din primele patru etape, este necesară deplasarea spre etape mai înalte, spre cea a drepturilor primare și spre cea a principiilor etice universale. Se poate ajunge astfel spre o formă tot mai adecvată de raționare morală pentru soluționarea tot mai adecvată a conflictelor de ordin etic. În acest sens, Kohlberg susține că stadiile morale pot fi determinate prin *răspunsuri* date la diverse *scenarii morale*, cum ar fi, de exemplu, răspunsurile date la celebra *dilemă a lui Heinz* (soția lui Heinz este bolnavă de cancer și există un medicament potrivit pentru salvarea vieții ei, dar în unica farmacie de unde acesta poate fi procurat, farmacistul vrea 2000 de dolari pentru o doză infimă care reprezintă de zece ori valoarea medicamentului. Soțul neavând decât 1000 de dolari, neputincios în a-l convinge pe farmacist, disperat, sparge farmacia și fură medicamentul pentru soția sa.). În acest caz, este foarte evident că numai din perspectiva etapei a șasea, a principiilor etice universale, se poate rezolva adecvat dilema fiindcă numai la acest nivel de raționare morală se poate susține că, în ultimă analiză, Heinz procedează corect pentru că *viața* ca valoare este mai importantă decât *proprietatea* ca valoare¹¹.

De asemenea, această schemă a dezvoltării stadiale este relevantă pentru etica afacerilor și pentru că în mod curent pot

apărea decalaje între dezvoltarea cognitivă și fapta morală propriu-zisă. Astfel, în planul pur al judecății morale, subiectul, care poate fi omul de afaceri, poate atinge stadiul reversibilității din etapa a șasea, dar, în același timp, se prea poate ca el să nu dorească să se jertfească pentru triumful egalității sau libertății și pentru apărarea necondiționată a vieții fiecărui om, a oricărei ființe omenești. În acest caz se poate afirma că omul de afaceri va prefera să judece moral la un nivel inferior și să se comporte, în fapt, cel mai adesea, în acord cu stadiul convențional, la nivelul conformării la sistem, la instituții și la legi juridice.

Totodată, această teorie a dezvoltării stadiale în plan moral a conștiinței ridică, pentru etica afacerilor, câteva idei consistente prin implicațiile lor. Astfel, este ușor de recunoscut că, începând cu treapta a cincea, cea a drepturilor primare, a contractului social și a principiului utilității, este presupusă o modificare calitativă a caracterului dezvoltării morale. Cea mai importantă constatare este aceea că, în timp ce, de pildă, pe treptele inferioare (1-4), *viața* și *libertatea* sunt valori negociabile, în schimb, ele devin absolut nenegociabile mai ales pentru etapa a șasea. De asemenea, schema lui Kohlberg ne sugerează un fapt extrem de relevant atât pentru etica generală cât și pentru etica aplicată în afaceri. Este vorba de faptul că etapa a cincea poate fi echivală, în genere, cu eticile *utilitariste*, în timp ce treapta a șasea, ultima, poate fi sinonimul deplin al eticilor *deontologice*¹². Or, în acest caz, dacă se consideră că soluționarea cea mai adecvată a conflictelor morale se face prin apel la o treaptă tot mai înaltă de raționare morală, ar rezulta că, teoria morală deontologică ar fi mai adecvată decât teoria morală utilitaristă. În fapt, analiza situațiilor de afaceri va indica când anume se impun argumente ce țin de utilitarismul acțiunii, de utilitarismul normei, de utilitarismul preferinței sau cel al bunăstării și când anume sunt aduse în prim-plan argumente solidare eticilor deontologice, cele ale datoriei necondiționate. De asemenea, nu este deloc lipsită de

importanță preferința în raționarea morală a bărbaților (băieților) pentru argumente ce țin mai consistent de *etica principiilor*, în timp ce orientarea în judecata morală a genului feminin se află în legătură cu *etica grijii*¹³. Astfel, de pildă, în cazul dilemei lui Heinz fetele au propus strategii empatică¹⁴ pentru convingerea farmacistului, în timp ce băieții au fost mult mai radicali. În fine, această schemă explicativă și interpretativă ne poate sugera faptul că există un punct arhimedian al dezvoltării morale și că acesta îl reprezintă *respectul față de sine*: ești capabil de fapte morale, de sacrificiu, de altruism, de curaj, de martiraj, pentru că n-ai putea altfel, pentru că în caz contrar simți că ți-ai pierde *respectul față de tine*. În fond, în afaceri, mai ales în timpul tratativelor *face-to-face*, acest sentiment moral este pe post de instanță ultimă care ghidează multe decizii, precum aceea de *a nu minți cu privire la calitățile produsului*, de pildă, sau de *a nu-l înșela, cu bună știință, pe partener*. Iată, prin urmare, cum afacerile angajează, în modul cel mai profund, reacții și produse morale elementare.

4.2. Treptele conștiinței morale și nivelele judecății etice în afaceri

După cum am văzut, în dezvoltarea și în parcursul practic al afacerilor există anumite momente, anumite stadii în care nivelul moralității poate fi de la minimal la maximal. Astfel, nu este lipsit de importanță faptul că *modelul de dezvoltare morală* a lui Kohlberg a fost pus în contextul afacerilor tot pe șase trepte de către George Starcher¹⁵, un autor recent.

Treapta *primă* – de debut al raționării morale – poate fi redată prin expresia conceptuală: *puterea, forța reprezintă temeiul dreptății*. În această etapă cel mai tare își impune voința, folosind, dacă este nevoie, și forța fizică și cea materială în acest scop. Expresii precum „cel mai tare învinge“, „legea junglei“

reflectă destul de exact acest stadiu. El este, în fapt sinonim cu o lipsă totală de conștientizare morală. În această etapă sunt posibile practici precum: amenințări fizice și intimidări la adresa unor oameni de afaceri, solicitarea taxelor de protecție, într-un cuvânt, un stil mafiot de viață.

Cea de-a *doua* treaptă poate fi surprinsă prin expresia sugestivă: *totul este admis*, dacă te referi la succes în afaceri. În această etapă întreprinzătorii cred că pot face orice pentru a obține profituri cât mai mari, atâta timp cât nu sunt descoperiți. Practici precum distribuirea și vânzarea de droguri sau de materiale pornografice s-ar încadra în acest nivel, dar și, de asemenea, conduite de tipul: prezentarea falsă a produselor, mita dată oficialităților, furtul, neplata impozitelor (evaziunea fiscală), declarații vamale false sau nerespectarea înțelegerilor, fie ele orale, fie ele în scris. Contează, în acest caz, doar urmărirea interesului propriu fără a-ți face scrupule că pot fi afectate de acțiunile tale și alte persoane. La acest nivel funcționează raționamentele destul de frecvent auzite în viața cotidiană: „Hoțul neprins e negustor cinstit!” sau „Nu mă întreba de primul milion că pentru restul am acoperire până la ultimul bănuț”.

A *treia* treaptă corespunde următoarei caracterizări generice: *maximizează profiturile pe termen scurt*. În această etapă începe să se țină seama de practicile de afaceri acceptabile din punct de vedere legal și social, însă cu unicul scop al creșterii la cotă maximă a profitului pe termen scurt, fără alte considerații de responsabilitate socială. Paradigma acestei trepte poate fi considerată formula lui Milton Friedman: „responsabilitatea socială a afacerilor constă în maximalizarea profitului” (vezi cap. „Responsabilitatea morală”).

Cea de a *patra* treaptă corespunde caracterizării: *maximalizarea profiturilor pe termen lung*. Este etapa în care, deși predomină necesitatea maximizării profitului acționarilor, acest lucru poate fi făcut, ținând seama de obiective mai îndelungate în timp, pentru un interes social mai larg, cum este

cel al tuturor acționarilor. Într-un asemenea stadiu, se poate renunța, de pildă, la încheierea de contracte care, pe termen scurt, ar putea fi profitabile, care însă nu corespund ideii de afacere sănătoasă, durabilă și profitabilă pentru acționarii care sunt dispuși să se gândească la „un interes mai general” cum este cel al grupului lor specific. Se pot înscrie aici practica de a refuza, de exemplu, anumite companii străine care, se știe, dau sau primesc mită pentru a obține contracte avantajoase. Elaborarea unor coduri etice și pregătirea salariaților pentru a fi sensibilizați la probleme morale, aparține, de asemenea, acestei etape.

Cea de-a cincea treaptă poate fi caracterizată prin *conceptul de stakeholder*. La acest nivel, companiile își vor face publică, în același timp, atât misiunea lor economică cât și cea socială, recunoscând că trebuie ținut cont și de interesele *altor* grupuri particulare, precum clienții, furnizorii, angajații, comunitatea locală sau regională, fără să se gândească numai la interesul strict al acționarilor. La acest nivel – de judecare morală – pe lângă considerentele de ordin financiar în măsurarea succesului se țin seama și de indicatori precum: calitatea produsului și a serviciului, gradul de satisfacție al consumatorului, sănătate, asigurările sociale și autorealizarea profesională și socială a angajaților.

În fine, treapta a șasea poate fi caracterizată cel mai potrivit prin *conceptul de corporație cetățenească sau întreprindere cetățenească*. Acestei etape îi revine redefinirea misiunii activității economice în societate, o redefinire în care judecata transcende atât viziunea *paternalistă*¹⁶, cât și pe cea a *Statului Providență*¹⁷. O asemenea judecată – în care ideea de *afacere benefică* trebuie să-i cuprindă pe toți¹⁸, atât ca cetățeni ai unei întreprinderi particulare, cât și ca cetățeni ai lumii (care au drepturi, obligații și responsabilități valabile în mod universal) – este sinonimul eticii deontologice kantiene: toți cei implicați în afaceri trebuie să respecte necondiționat principii universale de egalitate, de libertate și de reciprocitate a drepturilor umane și de respect pentru viața și demnitatea oricărei ființe umane, ca

persoană individuală, care are un preț infinit și unic. Judecata la acest nivel ține seama de câteva fapte considerate fundamentale: a) sunt probleme grave de care suferă omenirea (pericolul unui război generalizat care ar însemna dispariția speciei umane pe pământ, amenințările care vin din sărăcie, malnutriție, inegalități de tot felul, boli incurabile etc.) și acestea cer o „conștiință morală superioară” (Hans Jonas); b) lumea afacerilor trebuie să aibă un rol primordial în rezolvarea acestora, datorită resurselor imense pe care ea le deține; c) un întreprinzător la acest nivel de conștiință nu va fi animat numai de stimuli financiari, ci și de ideea de a face bine pentru societate prin crearea de noi locuri de muncă, prin angajarea persoanelor cu dizabilități sau prin măsuri ferme pentru sănătatea întregii comunități. Un asemenea stadiu corespunde, de asemenea, conceptului de „comunitate morală” utilizat de James Rachels. Există, arată acesta, imperativul potrivit căruia: a) „trebuie să acordăm atenție egală tuturor celor ce vor fi afectați de conduita noastră”, și, de asemenea, b) *oricine* este inclus în comunitatea *interesului moral*¹⁹.

Se înțelege că *rezolvarea* dilemelor și a conflictelor morale ivite în afaceri se poate face prin trimiterea la treptele cele mai înalte de raționare morală (5 și 6). În fapt, dacă acestea sunt sinonime ale modului de gândire utilitarist (treapta a 5-a) și respectiv, ale modului de raționare morală deontologic (treapta a 6-a), înseamnă că, cele *două trepte* sunt, *criteriile ultime* invocate de cei care doresc un *conținut moral crescut* în lumea afacerilor.

NOTE:

¹ Jean Moussé, *Fondements d'une éthique professionnelle*, Les Éditions d'Organisation, Paris, 1989, p. 21.

² Jean Piaget, *Judecata morală la copil*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1980.

³ Laurence Kohlberg, *Esseys on Moral Development*, Vol. I, *The Philosophy of Moral Development: Moral stages and the Idea of Justice*, New York: Harper and Raw, 1981.

⁴ V. Laurence Thomas, *Morality and psychological development* în: Peter Singer (ed) *A Companion to Ethics*, Blackwell, 1993, p. 464-475.

⁵ Pentru a da o imagine sintetică asupra acestei stadializări am utilizat textul lui Kohlberg precum și comentariile critice ale lui Laurence Thomas, și Jean Moussé. La noi, Stelian Stoica a comentat extrem de prompt și aplicat schema lui Kohlberg încă în deceniul opt în *Prelegeri de etică*, Tipografia Universității București, 1975, pp. 113-115.

⁶ Vezi în acest sens, Jean Moussé, *op. cit.*, p. 22.

⁷ Jean Moussé, *op. cit.*, p. 23.

⁸ „Cu toate acestea – observă Jean Moussé – se întâmplă ca subiectul să perceapă anumite contradicții. El conștientizează, de exemplu, incoerența regulilor sociale: dacă par drăguț, sunt bine privit, orice aș face pe ascuns. De fapt, nu mi se cere decât să par a fi într-un anumit fel, și văd bine că așa este și pentru ceilalți. Astfel se face că tata m-a certat pentru că am furat creioanele sorei mele, dar el mi-a luat creioanele și caietele de care am nevoie pentru teme. Sau: mama care-mi spune să nu mint niciodată a răspuns la telefon că tata este plecat în timp cel el citea ziarul la doi metri de ea. Ce este dreptatea din moment ce adulții cer copiilor lucruri pe care nu și le cer și lor înșiși? Regulile de comportament sunt oare capcane pentru naivi sau ele depășesc nu doar practica ci și conformismul relațiilor sociale? în: Jean Moussé, *op. cit.*, p. 24.

⁹ În acest context, Jean Moussé se întreabă: „de ce americanii se supun oamenilor legii, iar francezii administrației; de ce germanii sunt capabili să se înțeleagă între ei pentru exploatarea unei piețe iar francezii nu?” *op. cit.*, p. 25.

¹⁰ Laurence Thomas afirmă în acest context: „Una din afirmațiile cele mai interesante ale lui Kohlberg este că există un paralelism universal între dezvoltarea morală și cea psihică. A doua afirmație este că, până la un punct, dezvoltarea morală poate să țină locul oricărui conținut moral” în Laurence Thomas, *op. cit.*, p. 474.

¹¹ „Prezint – arată Kohlberg – o teorie psihologică explicând de ce mișcarea este totdeauna înainte și apare într-o succesiune invariantă. Teoria mea psihologică privitoare la întrebarea de ce dezvoltarea este direcționată și secvențială este asemănătoare cu justificarea mea filosofică pentru

pretenția că o etapă superioară este *mai adecvată* sau *mai morală* decât o etapă inferioară“, în: Kohlberg, *op. cit.*, p. 131.

¹² Pentru Kohlberg numai etapa a șasea poate să rezolve adecvat această dilemă. În ceea ce privește etapa a cincea nici ea nu poate soluționa potrivit această problemă, deși recunoaște că există valori independente de societate, pentru că această etapă include persoane care cred că moralitatea este bazată pe acceptarea rațională a dorinței de a asigura cea mai mare fericire (bine) pentru cel mai mare număr de oameni, considerând *viața* și *libertatea* ca fiind negociabile. Astfel, această etapă nu are resursele necesare pentru rezolvarea conflictelor ce apar din confruntarea *vieții* cu *libertatea*. Etapa a patra nu poate nici ea să rezolve problema pentru că la acest nivel judecata morală despre bine și rău este doar o problemă de tipul: ce spune legea? – iar legea poate sau nu să specifice importanța *vieții*. Raționamentul moral de la etapele 1-3 nu poate oferi un răspuns nici măcar la ideea că *viața* ar trebui respectată. Indivizii de la etapa a treia definesc binele și răul în termenii așteptărilor celorlalți; cei de la etapa a doua consideră că a proceda corect se află într-o ordine secundă față de promovarea intereselor individuale; iar, cei de la etapa întâia sunt preocupați doar de evitarea pedepsei. Prin urmare, nu este o caracteristică a acestor etape ca *vieții* să i se acorde o importanță totală, majoră, *nenegociabilă*. (vezi Thomas, *op. cit.*, p. 467).

¹³ Kohlberg afirmă explicit: „etapa a șasea este o *teorie deontologică* a moralității“ (*op. cit.*, p. 169) în timp ce în etapa a cincea obținem o *teorie morală utilitaristă*“. (*op. cit.*, p. 175).

¹⁴ Vezi Carol Gilligan, *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development*, Cambridge Mass: Harvard University Press, 1982.

Pentru *morală de gen* și sugestiile oferite de Carol Gilligan la schema lui Kohlberg vezi: Blum, L.A.: *Gilligan and Kohlberg: implications for moral theory, Ethics*, 1988, p. 472-491; Mihaela Miroiu, *Convenio, Despre natură, femei și morală*, Editura Alternative, București, 1996, p. 102-111.

¹⁵ G. Starcher, *Etchis and Entrepreneurship – an Oximoron. A Transition to a Free Market Economy in Eastern Europe*, EBBF, <http://www.ebbf.org/ethics.htm>., apud Radadiada Calciu, *Etica afacerilor în România postdecembristă* (teză de doctorat), București, 2003.

¹⁶ Vezi Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *L'entreprise et l'éthique*, Editions du Seuil, Paris, 2001, pp. 43-110.

¹⁷ *Idem*, pp. 111-119.

¹⁸ Aceiași autori în cap. *Entreprise citoyenne, entreprise éthique: un paternalisme téléologique*, *idem*, pp. 132-142 notează: „En France, le concept de citoyenneté dans l'entreprise est consacré des 1982 par les lois *Auroux*. Ces quatre lois, qui modifient un tiers du *Code du travail*, concernent: les libertés des travailleurs dans l'entreprise (loi n° 82-689 du 4 août 1982), le développement des institutions représentatives du personnel (loi n° 82-915 du 29 octobre 1982), la négociation collective et les procédures de règlement des conflits collectifs du travail (loi n° 82-957 du 13 novembre 1982), les comités d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (loi n° 82-1097 du 23 décembre 1982, cf. *infra*, p. 122-123).

¹⁹ James Rachels, *Introducere în etică*, Editura Punct, București, 2000, p. 179.

Capitolul 5

Cooperare, conflict, alegere rațională

- 5.1. Relevanța teoriei virtuții pentru etica afacerilor
- 5.2. Moralitate elementară și cooperare ca soluție la problema de tip Dilema Prizonierului
- 5.3. Reciprocitate și contract social
- 5.4. Strategii cu punct de plecare binevoitor, prudent

Capitolul 5

Cooperare, conflict, alegere rațională

5.1. Relevanța teoriei virtuții pentru etica afacerilor

În studiile de filosofie morală s-a conturat destul de pregnant părerea, în jurul anilor '60-'80, conform căreia noi trăim astăzi „după virtute“, ceea ce la o primă aproximare ar însemna că întreaga tradiție a *eticii virtuții* dezvoltate de antici ar fi ceva depășit pentru mult timp de acum înainte sau chiar pentru totdeauna. De altfel, Mc Intyre¹ a și publicat o carte chiar cu acest titlu. O asemenea opinie nu se putea să nu producă efecte și în ceea ce privește etica afacerilor. Sunt autori care consideră că în actualul context al *Domniei legii*, contează să se răspundă la întrebarea *Ce este corect să facem?* mai degrabă decât să ne întrebăm, *ce trăsături de caracter fac ca o persoană să fie bună?* Aceasta ar induce, pe cale de consecință, ideea că afacerilor, politicii și vieții civice li s-ar potrivi mai mult prima întrebare (ce legi, ce norme trebuie să urmez pentru a fi considerat *corect* din punct de vedere *moral*) decât a doua: *ce caracter am?*

Oricum, ceea ce este important, în genere, în privința fundamentării acestui domeniu teoretic, al filosofiei morale, este faptul că s-au conturat, după cum au sesizat mulți autori, cel puțin *două perspective*. Astfel, unii filosofi preocupați de etica afacerilor au considerat că strategia optimă constă în identificarea și susținerea unor *principii generale* care să fie *aplicate* apoi situațiilor specifice din afaceri. Alții au plecat de la o premisă diferită. Conform acestora, abordarea eticii în afaceri ar trebui să se concentreze pe ideea de *virtute morală* și pe cea de *persoană bună*, mai degrabă decât pe *principii etice formale*. În prima

ipoteză presupuziția este următoarea: teoria etică este compatibilă cu un set de principii și norme morale, iar acestea, o dată admise, sunt considerate necontrovertate în aplicarea lor în situațiile vieții. Totodată, raportul dintre cele două paliere este văzut ca fiind sinonim, oarecum, cu cel dintre *fizică* și *inginerie*, dintre principiile teoretice ale fizicii și aplicațiile acestora în ingineria mecanică, de pildă. În acest caz, teoreticianul susține principiul general, în timp ce practicianul aplică principiul pentru a concluziona „ce trebuie făcut în acea situație“.

Joseph R. Des Jardins² în *Virtues and Business Ethics* (1984) consideră însă că etica bazată pe principii, pe reguli formale conține câteva puncte *slabe* față de eticile virtuții. Astfel, în primă instanță, principiile etice se convertesc, în practică, în *sfaturi*, iar acestea rareori nu sunt ambigue. Or, este, după autorul menționat, clar că „etica nu e inginerie“, că răspunsurile corecte, fără urmă de îndoială, sau general acceptate, nu prea se ivesc; oricând se pot imagina contra-exemple și, mai ales, lucrurile se complică atunci când sunt puse față în față recomandările unor principii rivale, cum ar fi, de pildă, cele provenite din raportarea la *imperativul categoric kantian*, sau cele derivate din aplicarea principiului *utilității*. De asemenea, în al doilea rând, etica bazată pe *principii* corecte din punct de vedere moral tinde să identifice anumite acțiuni cu „centrul moralității“ și să ignore *caracterul* persoanelor care fac aceste acțiuni. În acest sens, principiile etice, fie că sunt reguli, maxime, coduri de conduită în afaceri, concep inevitabil judecățile morale în termeni de „ce ar trebui să fac“ și pierd din vedere întrebarea la fel de practică: „ce fel, totuși, de *persoană* ar trebui să fiu“. În fine, argumentează același autor, separația între *etici deontologice* și *etici teleologice*, între principii derivate, fie din datorii absolute și necondiționate, fie din scopuri ultime, implică ideea că realitatea morală este transparentă, necontrovertată și neambiguă, și că tot ceea ce am avea de făcut este să stabilim *dacă avem o obligație* sau *dacă ceva este util*. Or, ea este mai degrabă controversată și plină de

dileme. În fapt, viața morală este adesea, chiar dacă nu mereu, fundamental ambiguă, iar etica nu este ceva similar cu rezolvarea problemelor în știință sau tehnologie și se prea poate să nu existe răspunsuri clare, ce așteaptă să fie descoperite, chiar dacă folosim „metoda corectă”. În fapt, sugestia eticii bazate pe principii constă în aceea că ne încurajează să credem că dacă am aplica *principiul corect* cu destulă grijă, atunci am putea determina cu certitudine statutul moral al fiecărei *acțiuni* individuale. Rămâne însă întrebarea: dar dacă acționez având un caracter virtuos acțiunea mea nu este corectă din punct de vedere moral? Răspunsul principal dat de eticile virtuții este acela că omul având caracter moral aplică simplu, spontan principiile etice generale.

Prin urmare există argumente pentru a susține valabilitatea încă a unei etici a virtuții atunci când sunt judecate *persoanele* implicate în toate etapele afacerilor. Există, astfel, dincolo de raportarea la standarde, legi, norme, regulamente și o raportare la *caracterul* omului care acționează într-un fel sau altul. Această reacție față de calitatea morală a persoanei (bună sau rea) este adânc înrădăcinată în etosul tradițional, în genere, dar ea este recognoscibilă și la omul cu sensibilitate postmodernă, relativistă și sceptică. Prin urmare, nu se poate exclude din etica afacerilor întreaga tradiție a eticii virtuții.

Cea mai radicală apărătoare a revenirii la modul de gândire aristotelic (*ce este binele omului?* cu răspunsul „binele omului [fericirea] *este o activitate a sufletului conformă cu virtutea*”)³ este filosoafa britanică G.E.M. Anscombe.⁴ În esență, ea susține că filosofia morală și aplicațiile acesteia se află în eroare deoarece acestea se bazează pe noțiunea incoerentă a unei „legi” care nu ar fi opera vreunui legiuitor.⁵ Mai mult, chiar conceptele de *datorie*, *obligatie* și *corectitudine* – concepte fundamentele ale acestei teorii – sunt evaluate ca fiind „inextricabil legate de această idee absurdă”. Prin urmare, nu *obligatia*, *datoria*, *corectitudinea* ar trebui să ne concentreze atenția, ci *virtutea*, caracterul virtuos sau vicios al celor angrenați în orice tip de activitate.

Cei ce susțin importanța teoriei virtuții⁶ pentru aplicațiile ei practice (James Rachels⁷, de exemplu) consideră că aceste două tipuri de teorii morale (pe scurt, ale *virtuții* și ale *corectitudinii*) depun ambele mărturie despre cum *este* și *funcționează* moralitatea. Dintr-o perspectivă a unei teorii etice generale *complete* se poate pune întrebarea: cum s-ar „putea armoniza o concepție corespunzătoare acțiunii corecte cu o concepție înrudită despre caracterul virtuos într-o manieră care să le facă dreptate amândurora?”⁸ James Rachels nu vede nici un motiv pentru care acest lucru să nu fie posibil. În fond, dintr-un punct de vedere moral foarte larg, trebuie să dorim o societate în care toți oamenii să ducă vieți fericite și satisfăcătoare (corecte). Înseamnă că este legitimă și întrebarea „ce tipuri de acțiuni și politici sociale ar contribui la realizarea acestui scop? dar și întrebarea „ce trăsături de caracter sunt necesare pentru a crea și susține viețile individuale? Există și teme concrete din etica afacerilor unde răspunsurile și soluțiile sunt date fie accentuând o teorie fie preferând-o pe cealaltă. De pildă, când Milton Friedman⁹ optează pentru un *sens îngust* dat ideii de responsabilitate în afaceri, el are în vedere exclusiv *corectitudinea* și *obligația* de-a respecta legile pieței și ale profitului. În acest caz *caracterul virtuos* nu va avea o importanță relevantă pentru ideea de responsabilitate socială a afacerilor. Din contră, Peter Drucker afirmă că „etica în afaceri înseamnă să te poți privi dimineața în oglindă“, putem spune că numai virtuțile și/sau viciile sunt cele care contează cu adevărat și *nu* corectitudinea formală sau simplul respect pentru obligația legală.

Evident că scepticii în legătură cu valabilitatea unei etici a virtuții, aplicate afacerilor, vor accentua diferențele dintre *tablourile* virtuților în diverse epoci¹⁰ și la diverși autori. Totuși, dincolo de diferențe se păstrează un nucleu comun în definirea virtuții. În acest sens, Andre Comté Sponville, în *Mic tratat al marilor virtuți*¹¹, sintetizând întreaga tradiție greco-latină și iudeo-creștină, consideră că: a) o virtute este o *forță* care

acționează, sau care ar putea să acționeze; b) virtutea înseamnă *putere*, dar nu „orice fel de putere“, ci o *putere specifică*; c) virtutea unui om este acel *ceva* care-i dă acestuia valoare morală exemplară; d) virtutea ține de *puterea specifică* a omului (care după Aristotel este *rațiunea*), dar ea mai are nevoie, pentru a se realiza, și de *educație* (în sensul cel mai larg al termenului) de *dorință* (să vrei și să ai puterea interioară să devii virtuos), de *obiceiuri* (virtutea este, în fapt, nu orice fel de deprindere, ci ea este un *habitus laudabil*) și, deloc în ultimul rând, virtutea presupune *memorie* (a ține minte ce ai făcut și a nu uita ceea ce nu-ți convine pentru că este dezagreabil să-ți amintești)¹². Prin urmare, virtuțile pot fi definite drept trăsături de caracter, ce merită toată lauda și pe care o persoană este *bine* să le aibă în toate împrejurările vieții. În fond, într-un sens extins, *ceea ce numim virtuți sunt calități morale pozitive în manifestare, sunt deci valori ale caracterului*. În acest sens, James Rachels observă că la întrebarea „*care sunt virtuțile?*“, răspunsul cel mai adecvat este următorul: o listă de trăsături de caracter care trebuie să fie *încurajate* la ființele umane. Iată o asemenea enumerare de calități de ordin caracterial: *bunătate, politețe, milă, conștiinciozitate, spirit de cooperare, curaj, amabilitate, devotament, cinste, bunăvoință, generozitate, sinceritate, hărnicie, dreptate, loialitate, cumpătate, chibzuință, încredere în sine, autocontrol, independență, tact, precauție toleranță*.¹³ Fiecare dintre virtuți are caracteristicile ei particulare și ridică probleme specifice. În orice caz, situațiile de viață solicită, uneori, *curaj* (se înțelege că poți alege să fi *laș*), alteori *generozitate* sau *sinceritate*, sau *loialitate*, sau *încredere*. Virtuțile acestea sunt trăsături de caracter pe care este bine ca oamenii să le aibă *când* trebuie, *cum* trebuie, și în fața *cui* trebuie. Se pune deci întrebarea de ce sunt aceste virtuți *dezirabile*, adică de ce este bine pentru o persoană să fie curajoasă, generoasă, sinceră sau loială? Răspunsurile pot varia în funcție de virtutea *particulară* aflată în discuție și ele pot suna astfel: a) *curajul* este

un lucru bun deoarece viața (inclusiv în afaceri) este plină de neprevăzut și de primejdii (pericole) și fără curaj nu am fi în stare să depășim aceste situații; b) *generozitatea* și, în sens mai larg, altruismul, bunătatea, amabilitatea, politețea și alte calități de același fel sunt *valori caracteriale dezirabile* deoarece, în mod inevitabil, unii oameni se vor afla într-o situație mai proastă decât alții, și ei vor avea nevoie de ajutor (ca să nu mai spunem că și noi putem fi oricând în locul *altora*); c) *sinceritatea, cinstea* sunt *valori necesare* deoarece fără ele relațiile dintre oameni ar fi total impredictibile, iar rezultatele ar fi, în foarte multe cazuri, proaste; d) *loialitatea*¹⁴ și *încrederea* sunt calități și deprinderi absolut esențiale pentru ca oamenii să poată comunica și coopera între ei în familie, în prietenie, în iubire, în relații profesionale, de afaceri sau chiar în simple contacte cotidiene desfășurate între străini. Chiar această listă sumară sugerează faptul că fiecare virtute este valoroasă dintr-un alt motiv. Cei care cred că teoria virtuții se poate integra firesc într-o etică a afacerilor cred însă, aidoma lui Aristotel, că *omul virtuos se va descurca mai bine în viață*¹⁵ și că a fi cinstit, de pildă, în afaceri, nu înseamnă neapărat că vei fi bogat (acest lucru nu este exclus, iar pe lângă bogăție mai sunt oricum și alte valori importante într-o viață, precum sănătatea sau fericirea, de exemplu, dar nici neapărat că vei fi sărac, pentru simplul motiv că, și bogăția și sărăcia, ca și multe alte lucruri în viață depind de *întreaga activitate a omului*, depind de intersecția virtuților și viciilor, depind inclusiv de modul în care se manifestă *întâmplarea* în viața fiecărui om).

Adepții teoriei *corectitudinii morale*¹⁶ (mai ales, *utilitarismul, kantianismul, teoria contractului social*) privilegiază, într-un fel, sfera *publică* în fața celei *private* și acest fapt este vizibil în aplicațiile asupra politicii și afacerilor. În acest teritoriu relațiile cu oamenii sunt mai frecvent *impersonale* și de natură *contractuală*. Adesea, raporturile sunt adverse, pentru că *ceilalți* au interese ce intră în conflict cu ale noastre și tocmai de aceea sunt necesare negocierile care au la bază *calculul rațional*

și perspectiva *impersonală*. Piecând de la această constatare cei ce încearcă să revigoreze teoria virtuții consideră că există cel puțin trei avantaje ale acesteia (James Rachels). Primul ar fi acela că etica virtuții oferă o descriere firească și interesantă a ceea ce numim *motivația morală*¹⁷. Să ne imaginăm următoarea situație: ai un partener într-o afacere care, în mod surprinzător de plăcut (pentru că-l știai mereu rece, calculat, corect), îți sare în ajutor când tocmai ai o problemă de sănătate a unui membru al familiei tale. După un timp însă el declară cu toată sinceritatea că ceea ce face este „doar din datorie” din „spirit de corectitudine”, într-un cuvânt, dintr-un simț abstract al datoriei. Mai mult, el va nega orice ar aminti de ceva, precum *virtutea generozității*, *compasiunii* sau *bunătății*. În acest caz, reacția ta de dezamăgire este perfect îndreptățită, arată James Rachels, pentru că așteptarea omenească obișnuită este să consideri că o acțiune are *conținut moral deplin* doar dacă ea este efectuată și având drept suport asemenea *sentimente speciale*, nu numai spiritul rece de corectitudine. Prin urmare, teoriile etice care pun accent doar pe acțiunea corectă nu vor oferi niciodată o descriere pe deplin satisfăcătoare a vieții morale, cât timp nu lămurim *motivația morală* a acțiunii. În al doilea rând, idealul *imparțialității* se atașează mai degrabă de teoriile „acțiunii corecte” amintite și mai puțin de idealul teoriilor virtuții. De pildă, ideea *imparțialității* este explicit prezentă la John Stuart Mill când el scrie că „utilitarismul cere (agentului moral) să fie tot atât de imparțial, precum este un spectator binevoitor și dezinteresat.”¹⁸ De asemenea, în kantianism, imparțialitatea este parte componentă a argumentului *universalizării* (să judeci astfel încât maxima acțiunii tale să poată deveni legislator universal), iar în teoria contractului social ideea de imparțialitate se integrează firesc în cerințele conceptului de *voință generală* (fiecare acceptă să-și lase deoparte înclinațiile și interesele sale particulare, egoiste, în favoarea unor reguli care promovează *imparțial*, nepărtinitor binele și bunăstarea generală).

Teoriile virtuții aplicate afacerilor, fără să nege deloc cât de important este acest standard în conceperea moralității publice, spun însă și ele ceva important atunci când observă (aidoma lui Aristotel, Benjamin Franklin, Anscombe, Edmund L. Pincoffs, James Rachels) că, în relații, precum cele de dragoste, de prietenie există o *părtinire*, dar aceasta nu anulează caracterul moral, de pildă, al acțiunii unei mame care-și iubește *proprii* copii mai mult decât îi iubește pe *alții*. Să dăm în această situație și exemple precum următoarele: un părinte poate (și chiar se cuvine) să fie părtinitor când lasă prin testament mai mult unuia dintre copii care are *nevoi speciale* (handicap fizic, sau psihic, stare de minoritate etc.) decât celorlalți care n-au aceste nevoi-cerințe. De asemenea, nu vom condamna o firmă care sponsorizează „discriminând pozitiv” între două grădinițe, una formată din copii care au părinți cu o stare materială decentă și alta în care copiii provin dintr-un mediu defavorizat. Prin urmare, o teorie morală care pune accentul pe virtuți este mai flexibilă în privința rolului jucat de imparțialitate în evaluarea moralității unei acțiuni sau a unei persoane, în sensul că aceasta admite că unele virtuți sunt *părtinitoare*, iar altele *imparțiale* (dreptatea, echitatea, toleranța ș.a.). În fine, al treilea avantaj pe care-l aduce cu sine teoria virtuții, după James Rachels, se află, oarecum, în strânsă legătură cu cel anterior analizat. Este vorba de faptul că apariția *eticii grijii* (Carol Gilligan, 1982) a furnizat argumente suplimentare pentru importanța acordată virtuților – în principal celor asociate de rolurile jucate în viață, în afaceri și în politică – de *genul* feminin. Simplificat, raționamentul sună astfel: a) bărbații au dezvoltat – din motive ce țin de întreaga evoluție a societății umane din ultimele milenii – o etică a datoriei publice, abstracte, impersonale, ceea ce înseamnă că „etica genului masculin” este, în mare măsură, un sinonim al teoriilor acțiunii corecte; b) din contră, prin însăși natura lor și prin rolurile atașate (mame, gospodine, în ambele cazuri, persoane, care au grijă de ceilalți), femeile au dezvoltat o etică a vieții private, a nevoilor

concrete de ajutor a celor aflați în dificultate (copiii, vârstnicii, bolnavii, săracii etc.); c) experiențele tipice ale bărbaților au ajuns să determine un accent special pe datoria impersonală, pe ideea de contract în relații publice sau personale, pe armonizarea intereselor conflictuale (prin alegere rațională) și, deloc în ultimul rând, pe calculul costurilor și beneficiilor; d) dimpotrivă, experiențele genului feminin au dezvoltat un accent prioritar acordat empatiei, devotamentului necondiționat, chiar *supererogației* (mamele care se sacrifică pentru copii și familie „își fac mai mult decât datoria“); e) oricum, în acest caz, se consideră că negocierile, calculul costurilor și beneficiilor și interesul pentru „acțiunea corectă“ efectuată din „datorie abstractă“ ocupă un loc foarte mic în viața femeilor, comparativ cu a bărbaților.¹⁹ În consecință, teoria virtuții poate fi văzută drept „o corectare a acestui dezechilibru“ (J. Rachels); ea poate face loc, într-o atare viziune, atât pentru virtuțile vieții publice (dreptate, curaj, cumpătare, imparțialitate), cât și pentru virtuțile diferite care sunt cerute de viața privată (iubire, dăruire de sine, blândețe, compasiune).

Sunt, evident, după James Rachels, și *dezavantaje* ale unei teorii a virtuții, mai ales dacă aceasta se pretinde a fi „radicală“, exclusivă în raport cu cea a acțiunii corecte.

În primul rând, *sinceritatea* este sigur o calitate morală, o *virtute*, dar aceasta nu ne împiedică să constatăm că, pentru a fi sinceri, noi trebuie să respectăm norma „să nu minți!“, ceea ce înseamnă să îndeplinim, în fond, cerința fundamentală a unei *acțiuni corecte* din punct de vedere moral.

În al doilea rând, în cazul multor virtuți, inclusiv a sincerității, nu putem evita să punem întrebarea „de ce sunt importante astfel de reguli?“ sau „de ce nu ar trebui o persoană să mintă, mai ales când are ceva de câștigat din asta?“ Vom constata, arată James Rachels, că în acest caz „avem nevoie de un răspuns care să treacă mai departe de simpla observație că o astfel de acțiune ar fi incompatibilă cu *posedarea unei anumite*

trăsături de caracter; avem nevoie să se explice de ce este mai bine să avem această trăsătură de caracter decât opusul ei²⁰. Or, răspunsurile posibile nu pot ocoli tocmai variantele amintite ale teoriilor acțiunii corecte la care s-ar adăuga și cea a egoismului etic.²¹ Astfel, *teoria egoismului etic* va dezvolta o argumentare din care ar rezulta că a spune adevărul este, în ansamblu, în avantajul nostru propriu. Tot astfel, punctul de vedere *utilitarist* ar fi prezent în raționamentul conform căruia acțiunea corectă, sinceră promovează un climat de bunăstare pentru cel mai mare număr de oameni. De asemenea, raționamentul care pleacă de la premisa că sinceritatea este *necesară* pentru că oamenii trebuie să trăiască împreună, bazându-se unii pe alții, nu este nimic altceva decât tot o variantă a teoriei acțiunii corecte: cea a *contractului social*. Prin urmare, arată Rachels teoria virtuții nu acoperă toate explicațiile posibile și ea însăși ajunge în cele din urmă să recurgă la un arsenal de argumente, venit dinspre teoria rivală, cea a acțiunii corecte.

În al treilea rând, când apar *conflicte morale*, cel mai ales sub forma dilemelor, nu întotdeauna apelul la virtuți este salvator. Să presupunem că trebuie să alegi între A și B, și că a face A înseamnă a fi nesincer, dar amabil, binevoitor, în timp ce a face B înseamnă a fi sincer, dar nu amabil, nu binevoitor. (Ar putea fi următoarea situație dilematică: știi că X „are dificultăți financiare“, nu știi însă dacă ele ar putea fi „reparate“; el ți-a fost înainte un bun partener și tocmai de aceea ai vrea să fii amabil și să nu dezvălui acest „amănunt“ care i-ar produce suferință și/sau pierderi. A înseamnă în acest caz, să nu spui adevărul, să minți, și să fii binevoitor, ca și când n-ai ști nimic. B înseamnă să fii sincer, să nu ocolești „amănuntul“ cu privire la situația lui financiară precară, dificilă, prin urmare, să nu dovedești deloc bunăvoință sau amabilitate.)²² Ce relevanță are o asemenea situație din perspectiva discutată? Și sinceritatea și amabilitatea (bunăvoința) sunt virtuți, astfel încât există *temeiuri* atât pentru A cât și pentru B. „Dar tu trebuie să faci una din două – fie să spui

adevărul și să nu fii amabil, fie să nu spui adevărul și să fii amabil. Astfel, ce ar trebui să faci? Sfatul de a acționa virtuos nu este, prin sine, de prea mult ajutor. Nu face altceva decât să te lase să te descurci singur cu întrebarea «care virtute este mai importantă?» (James Rachels)²³ Evident că asemenea exemple ne sugerează că apelul la teoria virtuții nu ne scutește nici de stări dezagreabile, nici de dezacorduri în convingeri sau atitudini, nici de dileme. Oricum, dacă utilitarismul și deontologismul kantian sunt cele mai înalte trepte (după Kohlberg, treapta postconvențională a 5-a, respectiv a 6-a) de raționare morală, înseamnă că și pentru situații încadrabile în teoria virtuții vom face apel, în ultimă instanță, la teorii ale acțiunii corecte din punct de vedere moral. Iar rezultatul firesc va fi acela că, de pildă, dacă cineva va satisface în mod constant cerințele eticii kantiene (nu va minți și nu va fura în afaceri, nu va leza viața și sănătatea consumatorilor și alte fapte de același fel), atunci putem afirma și că acea persoană are caracter moral puternic, că ea este, prin urmare, *cinstită, sinceră, demnă de respect, bună, curajoasă, generoasă, dreaptă, independentă*. În fond, în mod curent, descrierea omului corect din punct de vedere moral în afaceri este făcută, adeseori, apelând la arsenalul tradițional de *calități* și de *virtuți morale*, precum cele deja menționate.

Sunt însă autori, precum Greg Pence, care argumentează că numai la acest nivel al teoriei (kantiene) a acțiunii corecte se oprește posibila suprapunere dintre „corect”, „datorie”, „obligatie”, pe de o parte și, pe de altă parte, „virtute” și „caracter”. În cazul utilitarismului, care susține acest punct de vedere, avem răspunsuri relevante la probleme precum „sănătatea publică”, „politicile sociale”, „bunăstarea generală” sau „testarea medicilor” ș.a., „dar el [utilitarismul] nu explică «datele» caracterului uman și nici manifestările lui de curaj, compasiune, loialitate, viciu”.²⁴ Altfel spus, utilitarismul ar avea dificultăți în a răspunde la întrebarea: *în ce mod este utilitatea relevantă pentru formarea caracterelor?*

5.2. Moralitate elementară și cooperare ca soluție la probleme de tip Dilema Prizonierului

A coopera sau a nu coopera este o temă dezvoltată în ultimul timp în teoria deciziei, a alegerii raționale²⁵ (Jon Elster, Derek Parfit, John C. Harsanyi, Gary Becker). Mai ales ceea ce s-a numit *Dilema Prizonierului*²⁶ ne aduce în prim plan multe explicații și lămuriri în privința argumentelor strict raționale în favoarea cooperării în afaceri. Din motive care țin, evident, de expunerea didactică ne vom limita doar asupra prezentării *nucleului tare* al acestui puzzle, folosind, în mare măsură, ca sursă, un capitol din cartea lui James Rachels *Introducere în etică* (ed. în engleză, *The Elements of Moral Philosophy*, 1993)²⁷.

Iată o asemenea formă concisă. Să presupunem că trăiești într-o societate totalitară (în care, de pildă, orice activitate de afaceri este condamnată „pentru că aduce prejudicii“, „este generatoare de exploatare“ etc.). Într-o bună zi, spre uimirea ta (pentru „că știi că n-ai început nici o afacere“), ești arestat și acuzat de „trădare“ și „uneltire împotriva orânduirii sociale“. Poliția susține că ai complotat împotriva guvernului cu un anume Ion²⁸, care este, de asemenea, arestat și ținut captiv într-o altă celulă. Anchetatorul îți cere să-ți recunoști vina. Tu îți declari nevinovăția și spui că nici măcar nu-l cunoști pe Ion. Dar aceasta nu este de nici un folos. Curând devine clar că cei ce te țin în închisoare nu sunt interesați de adevăr și că, oricum, vei fi trimis la închisoare. Însă mărimea pedepsei tale depinde de faptul dacă îți recunoști vina sau nu. Ți se dă următoarea informație: 1. dacă *tu recunoști* și Ion *nu* recunoaște, tu vei primi un an de închisoare și Ion va primi zece (să primești un an – acesta este cel mai bun lucru la care poți spera); 2. dacă nici unul nu recunoaște, atunci fiecare va primi câte doi ani de închisoare (să primești doi ani –

este al doilea lucru la care poți spera); 3. dacă amândoi recunoașteți, fiecare va primi câte cinci ani de închisoare (să primești cinci ani – este al treilea lucru la care poți spera); 4. dacă Ion recunoaște și tu nu o faci, tu vei primi zece ani și el doar unul (să fii condamnat la zece ani – acesta este cel mai rău lucru care ți se poate întâmpla). Acestei informații cu patru *soluții* i se adaugă următoarea precizare: și lui Ion i s-a propus același târg, dar tu nu poți comunica cu el și nu ai cum să știi ce va face el. O atare situație ridică problema: presupunând că singurul tău scop este acela de a-ți proteja interesele, ce ar trebui să faci? Să recunoști sau nu? De menționat că, în cazul acestei probleme, nu trebuie să te gândești la demnitate, la apărarea drepturilor tale sau la alte noțiuni morale de același fel. Aici nu este vorba despre așa ceva. Nu trebuie să te gândești nici la cum să-l ajuți pe Ion. Această problemă se referă strict la *calcularea* a ceea ce este în avantajul tău propriu. Întrebarea este: ce anume îți va aduce cea mai mică pedeapsă? Faptul de a recunoaște sau cel de a nu recunoaște? Iată un răspuns „produs“ de ceea ce se numește *alegerea rațională*: la o primă aproximare s-ar părea că nu se poate răspunde la întrebare dacă nu știi ce va face Ion. În realitate, problema are o soluție perfect evidentă din punct de vedere rațional: indiferent ce face Ion, tu trebuie să recunoști. Acest lucru poate fi pus în evidență de următorul argument:

a) Ion fie va recunoaște, fie nu va recunoaște;

b) să presupunem că Ion recunoaște. Atunci, dacă și tu recunoști, vei primi cinci ani, iar dacă nu recunoști, vei primi zece. Deci, dacă el recunoaște, situația ta va fi mai bună dacă recunoști și tu;

c) să presupunem că Ion *nu* recunoaște. Atunci te afli în următoarea situație: dacă recunoști, vei primi un an, iar dacă nu, vei primi doi ani. Prin urmare, în mod evident, chiar dacă Ion nu recunoaște, situația ta tot ar fi mai bună dacă tu recunoști;

d) deci trebuie să recunoști. Acest lucru îți va aduce cea mai mică pedeapsă, indiferent de ceea ce face Ion.

Acest argument are o *hibă ascunsă*²⁹. Aceasta constă în faptul că nu s-a ținut seama de ceva important: și lui Ion i se propune *același târg*. Prin urmare, presupunând că Ion nu este un prost, va conchide și el, pe baza aceluiași raționament, că *el* trebuie să recunoască. Rezultatul va fi acela că veți recunoaște amândoi și asta înseamnă că veți primi fiecare o pedeapsă de cinci ani. Dar, *dacă nu ați fi recunoscut nici unul, fiecare dintre voi ar fi primit câte doi ani*. Aceasta este *hiba ascunsă*. Fiecare dintre voi urmărindu-și în *mod rațional propriul său interes*, sfârșiți amândoi într-o situație mai rea decât dacă ați fi acționat altfel. Din acest motiv, această *situație a prizonierului* este o dilemă. Avem o situație paradoxală: situația amândurora va fi mai bună dacă, în mod simultan, fiecare dintre noi va face ceea ce *nu este în propriul său interes*.

Evident că, dacă ai putea comunica cu Ion, ai face o *înțelegere* cu el. Puteți cădea la învoială ca nici unul dintre voi să nu recunoască; atunci, ați putea obține fiecare pedeapsa mai mică (doi ani). *Cooperând*, situația amândurora ar fi mai bună decât dacă fiecare ar acționa independent. Cooperarea nu ar aduce amândurora rezultatul *optim*, pedeapsa de un an, dar ar aduce amândurora un rezultat mai bun decât ar fi putut obține oricare dintre voi dacă nu ați fi cooperat.

Ce se poate deduce de aici? Că ar fi *esențial* ca orice înțelegere dintre voi să fie garantată printr-un *enforceable agreement* (sensul acestei sintagme este următorul: „*înțelegere* în care, în caz că una din părți nu-și respectă obligațiile asumate, cealaltă are dreptul de a recurge – direct sau, mai degrabă prin intermediul statului – la *folosirea forței sau a amenințării cu forța* pentru a o obliga să le respecte sau, după caz, pentru a obține despăgubiri”) ³⁰ deoarece, dacă Ion s-ar răzgândi și ar mărturisi, în timp ce tu ai respecta învoiala și nu ai mărturisi, tu ai sfârși

ispășind pedeapsa maximă, de zece ani, și Ion pe cea de un an. Astfel, pentru a fi rațional ca tu să-ți respecti partea de învoială, trebuie să *te asiguri* că și Ion își va ține partea sa de învoială. Este de la sine înțeles că și Ion ar avea aceeași temere ca tu să nu te răzgândești. Rezultă că, doar o înțelegere garantată prin forță (*enforceable agreement*) ar putea oferi o ieșire din dilemă pentru fiecare dintre voi.

De ce este importantă Dilema Prizonierului? Pentru câteva motive. Primul ar fi acela că situații de tip Dilema Prizonierului se ivesc când sunt prezente două condiții: 1. trebuie să fie o situație în care interesele oamenilor sunt afectate nu numai de ceea ce *fac ei*, ci, și de ceea ce *fac alții*; 2. trebuie să fie o situație în care, în mod paradoxal, toți *vor sfârși mai rău* dacă fiecare își va urmări individual propriile sale interese, decât dacă toți ar face, în mod simultan, ceea ce nu este în interes propriu. Or, în al doilea rând, se poate argumenta că acesta este genul de situație pe care fiecare dintre noi îl întâlnește *în mod constant* atunci când încearcă să-și urmărească propriile interese în contextul societății omenești. Se poate raționa astfel: în fapt, trăind laolaltă cu alți oameni, poți adopta *una* din două strategii. Prima strategie, cea a „*acțiunii egoiste*“, ar suna așa: îți urmărești în mod exclusiv propriile tale interese și ignori, cu desăvârșire, *cum* vor fi afectați ceilalți. A doua strategie, cea a „*acțiunii binevoitoare*“ ar consta în aceea că poți fi preocupat de bunăstarea altora la fel ca și de propria ta bunăstare, iar punându-le în balanță pe amândouă, ai renunța la propriile tale avantaje pentru beneficiul altora.

Este de presupus că un asemenea raționament va fi în mintea tuturor celor aflați într-o atare situație. În fapt, gândindu-ne la ce strategie trebuie să adopte fiecare constatăm că există patru posibilități:

1. *tu* ai putea fi un egoist, iar *ceilalți*, binevoitori;
2. *alții* (ceilalți) ar putea fi egoiști, iar *tu*, binevoitor;
3. *toți* ar putea fi egoiști;
4. *toți* ar putea fi binevoitori³¹.

Tabel

Soluții posibile	Tu	Ceilalți
1	egoist	binevoitori
2	binevoitor	egoști
3	egoist	egoști
4	binevoitor	binevoitori

1. În prima situație (tu egoist, ceilalți binevoitori) tu ai fi în terminologia teoriei deciziei „*călătorul clandestin*” (aceasta ar fi cea *mai bună* situație pentru tine).

2. Tu respecți interesele altora, iar ei le ignoră cu totul pe ale tale. De exemplu, alții te-ar putea lovi pe la spate dacă acest lucru este în avantajul lor, dar tu nu ai fi liber să faci la fel (Aceasta ar fi pentru tine cea *mai rea* situație. În termenii psihologiei comune, poți fi etichetat drept „fraier”).

3. În situația în care și tu și ceilalți ați fi egoști se poate vorbi în acest caz de „starea naturală” descrisă de Hobbes (aceasta nu este cea mai rea situație pentru tine, dar este cea mai rea pentru toți).

4. În fine, ar fi foarte bine pentru tine ca și ceilalți să fie binevoitori când tu ești astfel. În acest caz nu vei avea avantajul de a putea nesocoti interesele altor oameni, dar cel puțin vei avea avantajele unui tratament respectuos din partea celorlalți (sinonimul din gândirea comună al acestei situații este desemnat prin expresia „*moralitate obișnuită*”).

Dacă evaluăm această schemă cu cele patru soluții ne dăm seama de cadrul general în care apar situații ce dau naștere Dilemei Prizonierului. Pe baza acestor aprecieri, trebuie să conchizi că *nu* trebuie să adopți strategia respectării intereselor altora. Raționamentul ar fi următorul:

1. Ceilalți oameni fie îți vor respecta interesele, fie nu.

2. Dacă ei îți respectă interesele, ție ți-ar merge mai bine dacă nu le-ai respecta pe ale lor, cel puțin atunci când este în avantajul tău să nu o faci (aceasta ar fi situația cea mai bună pentru tine).

3. Dacă ei nu-ți respectă interesele, atunci ar fi prostesc ca tu să le respecti pe ale lor (aceasta te-ar duce în cea mai rea situație posibilă).

4. Deci, indiferent de ceea ce fac ceilalți, îți este mai bine dacă adopți strategia de a nu respecta interesele celorlalți, cel puțin când acest lucru este în avantajul tău³². Din nou se ajunge la *hiba ascunsă*. Alți oameni, bineînțeles, pot gândi în același fel și rezultatul va fi acela că ne vom reîntoarce la *starea naturală* a lui Hobbes, în care fiecare este dispus să-l înjunghie pe la spate pe celălalt dacă are de câștigat ceva din aceasta.

Prin urmare, *Dilema Prizonierului* – prin tipul de situații și condiții ca cele menționate – ne va evidenția, într-o formă exemplară, următoarea problemă: anume că *fiecăruia dintre noi îi este mai rău decât în situația în care am fi cooperat*. Înseamnă că, pentru a evita dilema (să amintim că este vorba de situația în care, în mod paradoxal, toți vor sfârși mai rău dacă fiecare își va urmări individual propriile sale interese, decât dacă toți ar face, în mod simultan, ceea ce nu este în interes propriu) avem nevoie de o altă înțelegere garantată prin forță (*enforceable agreement*)³³. Evident că cel mai bine ar fi ca înțelegerea să privească supunerea la regulile unei vieți sociale bazate pe respect reciproc. Prin urmare, se poate constata că a accepta să cooperezi nu va duce la rezultatul cel mai bun din perspectiva strategiei egoiste (tu egoist, iar ceilalți binevoitori), dar va conduce la un rezultat mai bun decât s-ar obține dacă fiecare dintre noi și-ar urmări independent propriile sale interese. Înseamnă că avem nevoie să „*ne deschidem prin negocieri drumul către moralitate*” (David Gauthier)³⁴. Se poate face așa ceva dacă sunt stabilite *suficiente sancțiuni*, pentru a ne asigura

că, dacă noi respectăm interesele altora, atunci, de asemenea, și ei trebuie să le respecte pe ale noastre. Acest mod de a gândi relațiile contractuale pentru schimburi de bunuri, servicii, produse etc. constituie baza atât pentru *dreptul afacerilor*, cât și pentru *etica afacerilor*.

5.3. Reciprocitate și contract social

Ideea conform căreia afacerile sunt o problemă în esență *contractuală* este extrem de veche. Nu este, astfel, deloc nepotrivit să analizăm relevanța *teoriei contractului social* – dezvoltată mai ales în secolele al XVII-lea și al XVIII-lea de autori precum Hobbes³⁵, Locke³⁶ și Rousseau³⁷ – pentru moralitate, în genere, și pentru moralitatea în afaceri în mod special. Prin Hobbes, în *Leviathan*, s-a conturat următoarea linie de argumentare: a) acolo unde nu există nici o reglementare a relațiilor dintre oameni, unde fiecare ar face ce vrea (i-ar fura, i-ar minți, i-ar ucide pe ceilalți după „legea” bunului plac), consecința ar fi „o stare perpetuă de război al tuturor contra tuturor”³⁸; aceasta este *starea de natură* în care „hărnicia nu ar avea nici un sens, deoarece nu ai putea fi sigur de roadele ei... și, ceea ce este cel mai rău, ar exista doar o teamă continuă și pericolul unei morți violente, iar viața omului ar fi *singuratică, săracă, urâtă, sălbatică și scurtă*”³⁹ (s.n.); b) pentru a ieși din starea de natură este nevoie de o *cale* prin care oamenii să ajungă să coopereze unii cu alții; prin cooperare și diviziunea muncii, cantitatea de bunuri de bază ar putea fi mărită și împărțită tuturor celor ce au nevoie de ea; dar, pentru a se întâmpla asta, este nevoie de două lucruri; mai întâi, trebuie să existe *garanții* că oamenii nu-și vor face rău reciproc, adică oamenii pot munci, pot face afaceri și schimburi împreună, fără să le fie tot timpul teamă de atacuri, furt, minciună sau trădare; în al doilea rând, oamenii *trebuie* să se

poată baza unii pe alții că își vor respecta înțelegerile; într-un cuvânt, depășirea stării de natură se face prin *stat* (prin guvernare, printr-un sistem de legi) care, „prin curți de justiție și poliție“, va garanta că oamenii pot trăi cu o frică minimă de atacuri sau samavolnicii și că oamenii își vor respecta *invoielile*; deci, pentru a ieși din starea de natură, oamenii trebuie să cadă de acord asupra stabilirii regulilor ce trebuie să le controleze relațiile reciproce și asupra stabilirii unui organ – statul – care să aibă puterea de a pune în aplicare aceste reguli. Conform lui Hobbes, un astfel de acord chiar există în realitate, și el este cel care face posibilă viața socială. Acest acord, la care fiecare cetățean este părtaș, este numit *contract social*⁴⁰; c) starea naturală este insuportabilă din cel puțin cinci motive⁴¹: 1. toți suntem *egali în ceea ce privește nevoile de supraviețuire* (de hrană, adăpost, îmbrăcăminte etc.); 2. noi nu trăim în Rai, fără griji și având totul și de toate; existența este aspră, neospitalieră, iar bunurile de care avem nevoie pentru a trăi nu există în cantități suficiente; trebuie să muncim din greu pentru a le avea și, chiar și așa, ele adesea nu ajung; 3. fiecare dintre noi vrea să trăiască și vrea să trăiască cât mai bine posibil. Se pune întrebarea cum ne vom comporta față de ceilalți care doresc și ei bunuri insuficiente? În acest caz, trebuie să se țină seama de *egalitatea fundamentală a puterii omenești*. În fapt, nimeni nu este atât de superior celorlalți (în forță sau șiretenie) astfel încât să îi poată domina pe ceilalți la nesfârșit; 4. dacă nu putem domina prin propriile noastre forțe și nici nu ne putem baza *numai* pe mila sau bunăvoința celorlalți, atunci înseamnă că trebuie să ținem cont de *altruismul limitat* al condiției umane; 5. rezultă că *doar în contextul contractului social putem deveni agenți morali*, deoarece contractul creează condițiile în care ne putem *permite* să ne pese de alții; eliberați „de teama continuă a morții violente“, contractul social ne dă *libertatea* de a le da atenție și grijă celorlalți și, astfel, în societate cu ceilalți *altruismul* devine posibil. Prin urmare, esența

contractului constă în aceea că apare cerința de ordin moral („vocea datoriei”) ca fiecare să-și lase deoparte tendințele egoiste în favoarea unor reguli care să promoveze *imparțial* bunăstarea tuturor celor ce se aseamănă. În concluzie, concepția despre contractul social implică următorul sens dat moralității: acesta constă în setul de reguli care reglementează modul în care oameni trebuie să se comporte unii față de alții, reguli pe care niște oameni *raționali* vor fi de acord să le accepte în vederea avantajului reciproc, cu condiția ca și ceilalți să le respecte.⁴²

5.4. Strategii cu punct de plecare binevoitor, prudent

Peter Singer⁴³ a observat ceva extrem de important: sunt situații de viață – cum ar fi de pildă relația dintre doi mici proprietari de pământ care trăiesc ei și familiile lor din recolta obținută și mai relevante⁴⁴ pentru etica în afaceri decât Dilema prizonierului. Iată acest model de relații umane în datele lui esențiale: primul agricultor vede că recolta sa de grâu a dat în pârg, dar riscă să o piardă pentru că vremea rea se apropie. Prin urmare își dă seama că are nevoie de grabnic ajutor, iar acesta ar putea veni de la vecinul său al cărui grâu nu este copt încă. El gândește să ceară sprijin promițând, totodată, că și el va da același ajutor când grâul vecinului se va fi pârguit. Ce contează într-o atare situație? Cum este vorba de o societate tradițională – și nu de una evoluată în care cei doi pot face un contract legal pe care dacă unul nu îl respectă celălalt, în virtutea clauzelor contractuale poate cere despăgubiri și compensații – cel mai important fapt este legat de încrederea în cuvântul dat. În fapt, într-o comunitate restrânsă ai cărei membri se cunosc foarte bine unii cu alții șansele, pe termen lung, de a-ți păstra o bună reputație apelând la minciuni sau escrocherii, sunt egale cu zero. Cea mai bună strategie în comunitățile având coduri morale

explicite și implicite *tari* este aceea de a fi cu adevărat un om de cuvânt.

Peter Singer consideră că ambele dileme sunt două spețe ale unei probleme generale: dilema cooperării. Totuși, există o deosebire notabilă între acestea. Astfel, caracteristica esențială a dilemei prizonierului este non-repetabilitatea deciziei de-a coopera ori de-a concura cu celălalt; iar, decizia, o dată luată, nu poate avea alte consecințe decât una dintre alternativele oferite de anchetatori. Oricare ar fi aceste consecințe cei doi prizonieri nu se vor mai găsi niciodată în aceeași situație. În schimb, cei doi fermieri sunt vecini și probabil, astfel vor rămâne pentru tot restul vieții⁴⁵. Este pentru ei un fel de certitudine că fiecare poate să aibă la un moment dat, nevoie de ajutorul celuilalt. Înseamnă că, această variabilă este extrem de importantă în stabilirea de către fiecare a ceea ce este în interesul său. Primul dintre agricultori știe că dacă al doilea îl va ajuta, iar el nu va proceda la fel, riscă să nu mai fie el însuși ajutat când va avea nevoie în viitor. Chiar dacă ar fi un avantaj pe termen scurt (el m-a ajutat eu „nu-mi mai pierd timpul cu vecinul”) pe termen lung refuzul lui de a-și ține promisiunea l-ar costa mult mai mult. Prin urmare se încheagă între ei un lanț trainic compus din ajutor reciproc, care este prompt este și eficient și este, în plus, generator de încredere și siguranță. Mai este o deosebire între cele două dileme. Spre deosebire de jocul simplu în care nu există decât alternativa „cooperează” sau „concurează” (în fond, pentru egoist singura soluție rațională este să-l atace pe celălalt) în cazul jocului repetat între fermieri, care sunt implicați totuși în aceeași situație de viață, avantajele cooperării sar în ochi. În fond, dilema fermierului pune cu acuitate în prim-plan un mod elementar de a raționa etic: dacă cer ajutor, ajut la rândul meu; la bunăvoința lui săritoare răspund cu una pe măsură.

Plecând de la asemenea constatări de bun simț ca și de la reformulări ale dilemei prizonierului, Robert Axelrod⁴⁶ a ajuns la

constatări surprinzătoare. Astfel dacă se organizează un joc la care sunt mulți participanți, scopul principal al fiecăruia fiind acela de-a acumula cât mai multe puncte sau sume cât mai mari de bani; dacă fiecare jucător poate să aleagă una dintre mutările („*cooperate*“ – cooperează sau „*defect*“ – trădează) obținând un punctaj (sau bani) după următoarele reguli: „cooperare mutuală“ sau reciprocă: 3 puncte; „tentativă de trădare“: 5 puncte; „pedeapsa pentru trădare reciprocă“: 1 punct; „răsplata fraierului“ [sucker's pay off]: 0 puncte, atunci, se constata cu uimire că respectivul turneu va fi câștigat de cei care au adoptat o strategie extrem de simplă, cu numai două reguli: 1. la prima mutare, întotdeauna cooperează; 2. la fiecare din următoarele mutări răspunde cu aceeași mutare pe care a făcut-o adversarul⁴⁷.

Această strategie numită și *Tit for Tat* sună concentrat astfel: întâi de toate fii blând și cooperant dar dacă adversarul răspunde prin agresivitate și egoism atunci răspunde-i acestuia cu aceeași monedă. Într-un sens mai extins s-a ajuns să se vorbească de „*nice*“ strategies și de „*mean*“ strategies, adică de strategii amabile, binevoitoare, altruiste sau, din contră, rele, ostile, egoiste.

Se poate spune că aceste rezultate pot fi recunoscute ca valabile nu numai în domeniul biologiei evoluționiste, cum ne asigură Axelrod (viețuitoarele din aceeași specie care sunt înclinate să coopereze între ele au șanse mai mari de supraviețuire decât cele ostile, agresive, egoiste) ci, mai ales în sfera afacerilor. În același timp este de menționat faptul că această strategie nu poate fi catalogată drept „naivă“ sau doar pentru „fraieri“. Ea își integrează mult din ceea ce se numește și în teoria etică și de către simțul comun, virtutea *prudenței*: este precauție elementară să fi pregătit să ripostezi adecvat, adică la bunăvoință cu bunăvoință, dar, nici nu trebuie să te expui cu totul, inutil, dacă celălalt înțelege să răspundă asimetric, la bunătate cu agresivitate.

Nu departe de aceste constatări se află și James Rachels atunci când formulează ideea de moralitate fără hybris. Explicit el afirmă că suntem morali dacă respectăm două reguli: a) când acționăm astfel încât să promovăm interesele tuturor în mod egal și b) când ne comportăm față de alții așa cum *merită* aceștia, luând în considerare modul în care ei înșiși au ales să se comporte. „A ne ajusta comportamentul față de ceilalți în funcție de cum au ales ei să se comporte față de alții nu înseamnă a ne răsplăti prietenii și a purta pică dușmanilor; înseamnă raportarea noastră la oameni ca la *agenți responsabili* care, prin propriile lor alegeri, dovedesc că merită anumite răspunsuri, și față de care sunt potrivite sentimente precum cel de recunoștință sau indignare”.⁴⁸

NOTE:

¹ Alasdair MacIntyre, *After Virtue, A Study in Moral Theory*, Notre Dame University Press, Indiana, USA, 1981 (ed. românească *Tratat de morală. După virtute*, Humanitas, București, 1998, tr. Catrinel Pleșu, cuvânt înainte de Aurelian Crăiuțu).

² Joseph R. Des Jardins in *Virtues and Business Ethics*, 1984. Articolul este reprodus în William H. Shaw and Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, 5th Edition, Wodsworth Publishing Company, Belmont, California, 1992, pp. 96-101.

³ Aristotel, *Etica nicomahică*, E.S.E., tr. Stella Petecel, București, 1988, Cartea I-a, VII, 1098a, 15.

⁴ G.E.M. Ascombe, *Modern Moral Philosophy*, 1958. Explicit se afirmă: „Ar trebui să renunțăm la concepte precum „obligație” și „datorie”, mai exact, „obligație morală” și „datorie morală”, ca și la cel de „corect/incorect din punct de vedere moral” sau la *sensul* moral al lui „trebuie”... Ar fi mult mai bine dacă, în loc de „incorect din punct de vedere moral”, am folosi termeni precum «nesincer», «desfrânat», «nedrept», cf. James Rachels, *Introducere în etică*, Editura Punct, București, 2000, p. 154.

⁵ Vezi James Rachels, *op.cit.*, p. 156.

⁶ Pe lângă Mac Intyre, Greg Pence, *The Theory of Virtue*, cap. 21, în Peter Singer, *A Companion to Ethics*, 1992.

⁷ În continuare folosim, pe larg, argumentația oferită de James Rachels din *Introducere în etică*, *ed. cit.*

⁸ James Rachels, *op.cit.*, p. 172.

⁹ Vezi cap. dedicat *Responsabilității morale în afaceri*.

¹⁰ MacIntyre în *After Virtue* (1981) consideră, de pildă, că numai în anumite tipuri de societate și în anumite tipuri de profesii (medicii, dar și managerii), „poate virtutea să prospere“.

¹¹ André Comte-Sponville *Petit traité des grandes vertus*, Presses Universitaires de France, 1995 (ed.rom.tr. Dan Radu Stănescu, Bogdan Udrea și Corina Hădăreanu, prefață de Vasile Morar, Editura Univers, București, 1998).

¹² Vezi Prefața de la André Comte-Sponville, ediție românească, pp. 6-7.

¹³ Această listă îi aparține lui James Rachels, *op.cit.*, p. 157.

¹⁴ James Rachels, *ibidem*, p. 163.

¹⁵ Idee susținută și de Joseph R. Des Jardins, dar și de Mac Intyre, care argumentează astfel: *poate* fi reînviată concepția neo-aristoteliană a *binelui uman* care se află la baza virtuților. O teorie coerentă despre bine – într-o societate în care domnesc concepții și tradiții morale extrem de eterogene – ar putea genera și o concepție despre *viața cu sens*. În fapt, arată el, întrebarea obișnuită „care este sensul vieții?” este aproape întotdeauna o întrebare despre modul în care cei care întreabă pot să simtă că au și ei *un loc* în viața în care munca și afacerile lor le exprimă firea și în care binele individual intră în relație cu un *program* oarecare mai mare, și care a început înainte ca individul respectiv să existe și care va continua și după dispariția acestuia. Acest sens apare în ceea ce se cheamă *excelențele* (calitățile deosebite) care susțin *prosperitatea societăților raționale*: cinste, corectitudine, hărnicie, loialitate, curaj, eficiență, simț al datoriei și al responsabilității. Acest sens permite o anumită „ordine narativă a unei vieți”. În fapt, oamenii doresc, – dincolo de bunuri reale și simbolice – să aibă „o viață unitară”, „o poveste”, „o narațiune” coerentă consistentă și verosimilă a vieții lor.

¹⁶ Pe lângă cele trei teorii, James Rachels include și *egoismul etic* ca aparținând sferei *corectitudinii morale*.

¹⁷ James Rachels, *op.cit.*, p. 166.

¹⁸ Preluat citatul din James Rachels, *op.cit.*, p. 167.

¹⁹ Vezi în acest sens, pe lângă autoare bine cunoscute în ultimii douăzeci de ani (Daly Mary, Andreea Dworkin, Carol Gilligan, Moira Gates, Nancy Jay ș.a.) cărțile Mihaelei Miroiu: *Gândul umbrei*, Ed. Alternative, București, 1995, și *Convenio. Despre natură, femei și morală*, Ed. Alternative, București, 1996.

²⁰ James Rachels, *op.cit.*, p. 170.

²¹ James Rachels propune aceste „corecturi” ale teoriei virtuții din perspectiva teoriilor acțiunii corecte și le preluăm ca atare.

²² Schema de analiză îi aparține lui Rachels, *op.cit.*, p. 171, iar exemplul l-am prelucrat pentru tema eticii în afaceri.

²³ James Rachels, *idem*.

²⁴ Greg Pence, *The Theory of Virtue*, în *A Companion to Ethics*, (Ed. Peter Singer), 1992, p. 250.

²⁵ Vezi în acest sens antologia lui Jon Elster, *Rational choice*, New York University Press, 1986 care cuprinde următoarele studii: 1. Derek Parfit, *Prudence, Morality and Prisoner's Dilemma* (p. 34-59); 2. Amartya Sen, *Behaviour and the Concept of Preference* (p. 60-81); 3. John C. Harsanyi, *Advances in Understanding Rational Behavior* (p. 82-107); 4. Gary Becker, *The Economic Approach to Human Behavior* (p. 108-122); 5. Amos Tversky and Daniel Kahneman, *The Framing of Decisions and the Psychology of choice* (p. 123-141); 6. James G. March, *Bounded Rationality, Ambiguity and the Engineering* (p. 142-170); 7. Raymond Boudon, *The Logic of Relative Frustration* (p. 171-196); 8. Samuel Popkin, *The Political Economy of Peasant Society* (p. 197-247); 9. Douglass North, *A Neoclassical Theory of the State* (p. 248-260). În context autohton, după știința noastră au publicat studii în acest domeniu Dan Crăciun, Adrian Miroiu, Mircea Dumitru, Mircea Flonta, Adrian Paul-Iliescu, Valentin Mureșan, Andrei Marga, Ion Mihăilescu, Cătălin Zamfir, Lazăr Vlăsceanu, Radu Solcan, Daniel Barbu, Gabriela Blebea, Alexandru Florian, Cristian Preda, Matei Simandan. O excelentă carte a publicat Paul Kun, *Raționalitate și rezonabilitate*, Ed. Eurbit, Timișoara, 2003. Cursuri despre percepție și alegere rațională a ținut Petre Roman studenților de la Științe Politice (Universitatea din București și S.N.S.P.A.) în sem. I – II, anul universitar 2001-2002 și 2003-2004.

²⁶ Pentru tema dilemelor morale vezi mai ales antologia editată de Christopher W. Gowans, *Moral Dilemmas*, Oxford University Press, Oxford, New York, 1987. Aici este inclus și faimosul studiu al lui David Ross, *Prima Facie Duties* (p. 101-114) dar și studiul *Moral Conflicts* de R.M. Hare (pp. 205-238) sau articolul lui Earl Canee *Against Moral*

Dilemmas (pp. 239-249). Oricum, este de notat că *Dilema Prizonierului* a fost introdusă de Luce și Raiffa (1957) și impusă prin studiul lui Rapoport (1976).

²⁷ În cele ce urmează utilizăm traducerea românească și redăm în formă concisă excelența lui prezentare a *Dilemei Prizonierului* (vezi paragraful 11.2., pp. 145-144). După cum se poate ușor constata, n-am făcut altceva decât să preluăm și prelucrăm densele lui patru pagini dedicate analizei „moralității, ca soluție la problemele de tip Dilema Prizonierului” (v. p. 142 și urm.).

²⁸ Am autohtonizat cu prenumele Ion, ceea ce în textul lui James Rachels este Smith.

²⁹ James Rachels, *op.cit.*, p. 141.

³⁰ Vezi James Rachels, *op.cit.*, nota 10 de la p. 142 a traducătoarei Daniela Angelescu.

³¹ Schema aceasta ne aparține, dar ea urmează, îndeaproape, raționamentul lui James Rachels.

³² James Rachels, *op.cit.*, p. 144.

³³ Vezi mai ales următoarele studii din vol. *The Causes of Quarrel, Essays of Peace, War, and Thomas Hobbes* (Edited by Peter Caws, Beacon Press, Boston, 1988: 1. R. Paul Churchill, *Hobbes and the Assumption of Power* (pp. 13-22); 2. Charles Landesman, *Reflections on Hobbes: Anarchy and Human Nature* (pp. 139-148).

³⁴ Preluat citatul din James Rachels, *op.cit.*, p. 144.

³⁵ Descrierea pe care o face Hobbes stării naturale se găsește în *Leviathan*. A se vedea Thomas Hobbes, *Leviathan*, Cambridge University Press, 1991, 1996, 1997 (Edited by Richard Tuck) 520 p. (cap. XIII *Of the Naturall Condition of Mankind, as concerning their Felicity and Misery*, pp. 86-90 și cap. XIV *Of the first and second Naturall Lawes and of Contracts*, pp. 91-100).

³⁶ John Locke, *The Second Treatise of Government* (1690) (ed. românească *Al doilea tratat despre guvernare*, București, Ed. Nemira, 1999).

³⁷ În primul rând în cartă cu acest titlu apărută în 1762 (ed. rom. *Controlul social*, București, Ed. Științifică, 1957).

³⁸ „Out of Civil States, there is alwayes Warre of every one against every one”, în cap. 13, *op.cit.*, p. 88. Anterior în același cap. și aceeași pagină se specifică: „in the nature of men, we find three principall causes of quarrel. First, Competition; Secondly, Diffidence; Thirdly, Glory. The

first, maketh men invade for Gain; the second, for Safety; and the third, for Reputation“.

³⁹ Thomas Hobbes, *Leviathan*, Cambridge University Press, 1997, chap. 13, p. 89.

⁴⁰ „The mutual transferring of Right, is that which men call *Contract*“... „Signes of Contract are either *expresse*, or by *inference*. *Expresse*, are words spoken with understanding of what they signifie; and such words are either of the time *Present*, or *Past*; as, I Give, I Grant, I have Given, I have Granted, I will that this be yours: Or of the future; as, I will Give, I will Grant: which words of the future are called *Promise*“, în Hobbes, *Leviathan*, *op.cit.*, cap. 14, p. 94.

⁴¹ Preluăm și prelucrăm în continuare argumentația lui James Rachels, *Introducere în etică*, Ed. Punct, București, 2000, pp. 137-138.

⁴² Interpretarea (și definiția) îi aparține lui James Rachels, *op.cit.*, p. 140.

Pentru o interpretare recentă asupra teoriei virtuții, vezi Carmen Cozma, *Introducere în aretologie. Mic tratat de etică*, Ed. Universității, A.I. Cuza, Iași, 2001.

⁴³ Peter Singer, *Now Are We to Live?* Oxford, University Press, 1997, pp. 154-155.

⁴⁴ Dan Crăciun în *Etica în afaceri*, Editura ASE, București, 2005, notează în acest sens; „Dilema prizonierului nu este însă un model adecvat al relațiilor economice. Mult mai apropiată de realitatea parteneriatului în afaceri este un alt gen de dilemă socială, pe care o descrie Peter Singer, înlocuind povestea celor doi infractori cu istoria a doi fermieri“, *op.cit.*, p. 127.

⁴⁵ În mediul tradițional din Transilvania pe care l-am trăit și cunoscut în ultima perioadă înaintea intrării acestuia în disoluție (prin colectivizare forțată, prin deportarea în lagăre de muncă, tuturor sașilor în vârstă de 18-45 de ani la U.R.S.S., între 1945-1950) țărani români și sași foloseau un cuvânt extrem de elocvent, cel de „soațe“, de la „însoțire“ (în destin). Se spunea: „Ce mai faci soațe?“ sau „Să ne ajutăm soațe că altfel nu se poate!“

⁴⁶ Preluăm aceste idei din Dan Crăciun, *op.cit.*, pp. 128-130.

⁴⁷ Dac Crăciun, *op.cit.*, p. 128.

⁴⁸ James Rachels, *Introducere în etică*, Editura Punct, București, 2000, p. 177.

Capitolul 6

Responsabilitatea socială și morală a afacerilor

- 6.1. Fundamentele filosofice ale responsabilității
 - 6.1.1. Libertatea și prudența ca temeiuri ale responsabilității
- 6.2. De la responsabilitatea față de Celălalt la conceptul modern de responsabilitate socială a organizării
- 6.3. Judecata de responsabilitate și condițiile necesare pentru ca o persoană să fie considerată responsabilă
- 6.4. Responsabilitatea corporației
 - 6.4.1. Responsabilitate, profit și încredere
 - 6.4.1.1. De la morala elementară a familiei la etica firmei
 - 6.4.1.2. De la *rotten kid* la *rotten firm* și de la încredere la responsabilitate
- 6.5. Încredere și interes
 - 6.5.1. Efectele încrederii și părțile interesate
- 6.6. Profitul și acțiunea morală
 - 6.6.1. Profitul optim și comportamentul etic
 - 6.6.1.1. Teoria „Stakeholders” și încrederea
 - 6.6.1.2. Profitul și teoria părților interesate: o ierarhizare și implicațiile ei etice
 - 6.6.1.3. Puterea, legitimitatea, urgența și părțile interesate
- 6.7. *Business Ethics* și modele de responsabilitate morală
- 6.8. Mutații semnificative în evoluția ideii de responsabilitate

Capitolul 6

Responsabilitatea socială și morală a afacerilor

6.1. Fundamentele filosofice ale responsabilității

6.1.1. Libertatea și prudența ca temeiuri ale responsabilității

A cerceta fundamentele filosofice ale responsabilității ne obligă să constatăm că acestea sunt numeroase și controversate.¹ Oricum, geneza ideii de responsabilitate trebuie căutată, cel puțin în tradiția greco-latină și cea iudeo-creștină, în admiterea *libertății de acțiune* a omului. Forma cea mai concentrată a raționamentului poate fi redusă la expresia: doar acțiunea poate să exprime responsabilitatea omului, iar fără libertate nu există responsabilitate. S-a observat însă că, deși există o strânsă legătură între libertate și responsabilitate, nu putem afirma că orice act liber este un act responsabil. Dimpotrivă, după cum arată Jérôme Ballet și Françoise de Bry în *L'entreprise et l'éthique* (2001), responsabilitatea implică reguli de conduită care trebuie ghidate de *prudență*.² Abia din acel moment aplicarea acestui înțeles al ideii de responsabilitate la afaceri și întreprinderi începe să devină evidentă. O afacere responsabilă (și o întreprindere responsabilă) este definită printr-un comportament *prudent*. Înseamnă că fundamentele responsabilității presupun, deopotrivă, atât libertatea cât și prudența. Platon³ este cel care afirmă că responsabilitatea îi aparține celui care face alegerea, iar alegerea propriu-zisă, el o leagă și de prudență, adică de evitarea răului, de orientarea spre bine a acțiunii. La rândul lui, Aristotel, împărțind actele în voluntare și involuntare arăta că *stă în puterea noastră* de a face un lucru sau altul, iar dacă am ales să facem un anumit lucru și nu

altul, atunci rezultă că suntem răspunzători pentru că am ales întocmai ceea ce am ales, și nu putem să dăm vina pe altcineva pentru actele comise de noi înșine. Aristotel specifică faptul că actele rele pot fi evitate, pentru că doar de om depinde dacă le comite sau nu. Aceasta presupune că suntem capabili să deliberăm asupra oportunității acțiunilor noastre, că putem să le evaluăm consecințele și să ne arătăm prudenți. El definește prudența ca fiind „o dispoziție însoțită de o regulă adevărată, capabilă să acționeze în sfera a ceea ce este bun sau rău pentru ființa umană”.⁴ Astfel, prudentul se preocupă de consecințele previzibile ale actelor sale, iar prudența este o *virtute* care ne permite să luăm decizia cea bună și să ne îndrepte către acțiunea bună, morală. În aceste condiții, prudența apare ca inseparabilă responsabilității, dar trebuie să notăm că la Aristotel este vorba despre o prudență îndreptată asupra mijloacelor de a atinge un scop și nu de scopul însuși. Cu alte cuvinte, în acest caz, deliberarea ne îndreaptă asupra mijloacelor și nu asupra scopurilor acțiunii.⁵ Și stoicii, mai ales cei târzii (Seneca, Epictet și Marc-Aurelian) accentuează legătura dintre responsabilitate, pe de o parte, și libertate – prudență, pe de altă parte. Ei văd în *prudența înțeleaptă* forma fundamentală a virtuții, „știința lucrurilor care trebuie făcute”. Dar ei adaugă „o piesă importantă jocului de puzzle prin care se construiește responsabilitatea: *rațiunea*”.⁶ Într-adevăr, virtutea dă un rol extrem de important *voinței*, definită ca „tendința în care dorința se însoțește cu rațiunea”. Dacă omul se lasă pradă pasiunilor, stoicul cel înțelept le stăpânește, pentru că el își domină și își conduce toate judecățile: „Totul vine de la tine, totul este în tine, totul se întoarce în tine”, va scrie sugestiv, de pildă, în acest sens, Marc Aurelian. În mod explicit, pasul de a lega libertatea de responsabilitate prin rațiune este făcut de Sfântul Toma când acesta definește *liberul arbitru* în *Summa Theologiae*: „omul posedă liberul arbitru, altfel, sfaturile, îndemnul, preceptele, apărările, recompensele și pedepsele ar fi în zadar”.⁷

Tot mai pregnant, în epoca modernă, libertatea apare drept o condiție esențială a responsabilității. Dar această libertate nu este atât libertatea de a acționa sau de a nu acționa, cât *libertatea voinței* de a acționa sau nu. Altfel spus, nici o forță externă nu trebuie să constrângă acțiunea. Acest punct de vedere va fi apărut de Descartes, urmat, deloc întâmplător, și de J.J. Rousseau, care în *Contractul social* nu ezită să afirme că libertatea constituie natura inalienabilă a omului, notând, totodată, că „luându-i voinței libertatea înlăturăm moralitatea din acțiuni“. Oricum, pentru Descartes, alegerea fără rațiune nu numai că este imprudentă, dar ea echivalează cu acceptarea hazardului, a arbitrariului. Dimpotrivă, pentru el, a alege în cunoștință de cauză și de efecte reprezintă cea mai înaltă experiență a libertății; omul este cu atât mai liber cu cât este mai puțin indiferent, cu cât acționează mai rațional, și cu cât stăpânește mai deplin cauzele alegerii sale. Astfel, *voința rațională* apare ca cel mai înalt grad de libertate, iar cine dă dovadă de voință rațională este generos și prudent în același timp. De altfel, Descartes numește generozitate tocmai voința de a nu fi niciodată lipsit de voință.⁸

Acest tip de analiză va fi dus până la capăt de Kant⁹ care va afirma că voința omului este în întregime liberă. Pentru el, libertatea este un postulat al rațiunii practice, al legii morale. Persoana este, prin urmare, responsabilă în măsura în care se definește a priori ca „în drept“ de a face ceea ce face. Responsabilitatea sa primește două forme: responsabilitatea morală și cea juridică. Acționând moral sau din datorie, omul acționează în cunoștință de cauză și știind bine ce face. Responsabilitatea morală, noțiune subiectivă, se referă la principiul de a vrea „ceea ce este bun în sine“, iar responsabilitatea juridică stabilește că actul este drept sau nedrept, după cum este sau nu conform cu ceea ce trebuie să fie, dar nu se referă la libera intenție a persoanei. La Kant conceptul de responsabilitate este indisociabil celui de persoană, iar „o

persoană este un subiect ale cărui acțiuni îi pot fi *imputabile*“. Oricum, ceea ce este important este faptul că persoana nu poate fi supusă altor legi în afara celor pe care ea însăși și le dă, iar ceea ce diferențiază *persoana de lucru* este tocmai *imputarea*. Persoana este, în același timp autorul actului și autorul consecințelor acestui act.¹⁰ *Prudența*, deși se leagă de reguli empirice de comportare, se poate spune că joacă, la Kant, un rol important pentru că ea susține și întărește atât afirmarea libertății, cât și a responsabilității persoanei.

Sunt câteva implicații notabile ale acestei viziuni asupra raportului libertate (văzută ca autonomie a voinței) și responsabilitate. Prima: dacă libertatea sau voința sunt puse în discuție, responsabilitatea însăși dispăre. A doua: ideea de libertate infinită, așa cum apare ea la Descartes, nu este deloc lipsită de contradicții. De altfel, Spinoza, de pildă, a mai observat faptul că acțiunile cele mai obișnuite de zi cu zi și cele mai concrete din viața omului sunt supuse unor determinări psihologice, utilitare, politice, asupra cărora oamenii nu au decât un control limitat și vag. De aici au rezultat câteva linii de gândire în cuprinsul cărora s-a pus accentul pe creșterea capacității omului de a stăpâni circumstanțele (Karl Marx) determinările de tot felul, inclusiv cele ce țin de inconștient (Sigmund Freud).¹¹ Primul dintre aceștia insistă asupra creării aceluia „spațiu social necesar pentru manifestările esențial-umane ale fiecărui individ“. ¹² Acest lucru este posibil numai într-o societate în care forțele de producție au atins cote foarte înalte și alienarea individului este suprimată. De asemenea, conform acestei concepții, nu indivizii trebuie să fie trași la răspundere pentru „relele omenirii“, ci trebuie remediate cauzele sociale ale nenorocirilor, suferințelor și limitărilor oamenilor. Freud, la rândul lui, dezvăluie importanța *motivației inconștiente*¹³ pentru orice acțiune umană și readuce în prim plan o străveche idee filosofică: cum poate *eul*, rațiunea să limiteze teritoriul forțelor necesare, necunoscute din viața și destinul

fiecărui om? Răspunsul de principiu este: *eul*, conștiința, acțiunea rațională trebuie să diminueze forțele inconștiente și să ia locul forțelor inconștiente.

Aceste două tipuri de răspunsuri sunt importante și pentru că au trezit o reacție critică devenită semnificativă în gândirea morală începând cu deceniul al patrulea al secolului XX. Astfel, Moreno, întemeietorul sociometriei, în *Who shall survive*¹⁴ (1934) a arătat că soluțiile marxistă și freudiană în problema responsabilității sunt unilaterale pentru că nu acordă importanță cuvenită *celuilalt*. Or, responsabilitatea derivă în viziunea lui Moreno din libertatea de alegere („celălalt“ poate fi *ales*, poate fi *respins* sau ne poate fi *indiferent*), iar „revoluția sociometrică“ pe care el o propune va trebui să gestioneze tocmai diminuarea cotei de conflict, de neînțelegere, de suferință din relațiile interumane. Ceea ce sugerează Moreno este faptul că fiecare este răspunzător, prin alegere, de situația celuiilalt.

Oricum, filosofia contemporană a reactualizat dezbaterea asupra responsabilității, bazându-se pe *Celălalt* și pe ideea de răspundere față de *Celălalt*. În acest cadru, responsabilitatea devine omniprezentă și mai ales devine o sarcină considerabilă pentru fiecare. Alături de Moreno, autorii cei mai cunoscuți care au contribuit în mod special la această înnoire au fost Sartre, Lévinas, Jonas și Rawls.

Toți patru sunt considerați importanți pentru ideea de responsabilitate în genere, dar și pentru felul în care teoria lor poate fi aplicată zonei afacerilor, eticii mediului sau eticii întreprinderii. Primii doi sunt, desigur, amintiți în chip predilect în lucrările din spațiul francez, iar ceilalți în cele de proveniență sau influență anglo-americană.

Umanismul existențialist propus de Sartre¹⁵ este în întregime centrat pe ideea de libertate și responsabilitate a omului pentru actele și faptele sale. „*Omul este condamnat să fie liber*“ înseamnă, după Sartre, un fapt fundamental: ceea ce trebuie să

facă acesta nu îi mai este indicat printr-o *necesitate* înscrisă în Istorie, în Natură, în Dumnezeu sau în Rațiune. Experiența responsabilității începe în momentul luării unei hotărâri, fără putința de a se face referire la o normă, pentru că „nici o morală generală nu dă indicații asupra lucrurilor care trebuie făcute, căci nu există vreun semn pe lume”.¹⁶ Sartre precizează că alegerea nu se poate face decât de unul singur și că nu are niciodată scuze. În felul acesta, responsabilitatea care îi revine omului este imensă, pentru că omul e răspunzător de propria-i existență, de felul său de a fi, și, prin aceasta, de ceilalți, de lumea care-l înconjoară și pe care el o modelează. Explicit, el afirmă: „când vrem să spunem că omul e responsabil de sine însuși, nu vrem să spunem că e responsabil de stricta sa individualitate, ci de toți oamenii”.¹⁷ Prin urmare, se evocă deci o responsabilitate absolută a subiectului față de actele sale, dar și față de ceea ce el lasă să fie făcut, ceea ce indică în mod clar dimensiunea morală a responsabilității. El afirmă, de exemplu, că e de datoria omului să combată guvernul când declanșează războaie, iar dacă n-o face este complice la acel război. Responsabilitatea devine o sarcină considerabilă și nelimitată, pentru că ea se referă simultan, atât la ceea ce trebuie să facă fiecare, cât și la ceea ce nu trebuie să permită să fie făcut. „Condamnat să fie liber, omul poartă pe umerii săi întreaga povară a omenirii. El este responsabil de lume și de sine, prin faptul că este”. Dar această responsabilitate copleșitoare constituie o *sursă de angoasă pentru sine* și nu o *temere pentru Celălalt*; ne aflăm, în permanență, sub amenințarea care se naște din prezența Celuilalt în lume, așa cum afirmă în celebra sa frază: „Infernul sunt ceilalți”. Pentru a scăpa de această angoasă, omul se refugiază fie în reaua credință a „lașului” care-și găsește mereu scuze, fie în ceea a „mizerabilului” care-și găsește întotdeauna justificări. Oricum, nu există responsabilitate decât în măsura în care există incertitudini, iar actele noastre trebuie să le limiteze.¹⁸ În fapt, Sartre reia, într-o manieră

personală, experiența greacă a *prudenței*, în sensul aristotelic al termenului, adică prudența privită ca virtute care-i permite omului să dea, prin acțiunea sa, un sens acestei lumi incomplete și întotdeauna echivoce.

Sub această dublă tematică a Celuilalt și a prudenței se dezvoltă și filosofia lui Lévinas, cu mențiunea însă că, la Lévinas, angoasa față de sine trece pe un plan secund față de *grija față de Celălalt*. Pe scurt, concepția lui Lévinas despre responsabilitate poate fi redusă la această schemă de argumentare¹⁹: a) el postulează că etica *precede* rațiunea și este în afara limitelor sale; astfel, responsabilitatea se naște când celălalt mă afectează și această afectare mă face responsabil fără să vreau; înseamnă că responsabilitatea precede acțiunea și decizia autonomă care definesc libertatea în termeni morali; b) Lévinas transformă responsabilitatea nu în contrariul libertății, ci în condiția ei: „sunt liber și sunt responsabil“ și adaugă ideea că, având o responsabilitate infinită, fiecare este condamnat la o libertate infinită; el depășește astfel dilema clasică a responsabilității morale, introducându-l pe Celălalt: „omul este paznicul fratelui său“; c) înainte de a fi *asumată*, libertatea este *dăruită* în mod misterios ca sarcină și ea nu reiese dintr-un *contract social*; astfel, „ea nu este o virtute care s-ar impune unui subiect considerat o persoană de bună voință, ci un eveniment care te cuprinde și te obsedează până la insomnie, provocând o sciziune de identitate“; d) responsabilitatea este dată *a priori* conștiinței mele; ea este infinită și nu așteaptă acel tip de reciprocitate reductibil la formula de schimb: „dă ca să ți se dea“; e) responsabilitatea îl presupune pe Celălalt, căci este imposibil să fii responsabil de unul singur; în fapt, ocup un loc în lume, acest loc îi presupune pe ceilalți, iar eu nu sunt „proprietarul acestui loc, dar răspund de el“; f) în fine, pentru Lévinas, a fi responsabil înseamnă să dai un răspuns care se cheamă „generozitate, care seamănă cu bunătatea pură, virtute infantilă“.²⁰

Dacă Celălalt în concepția lui Sartre și Lévinas apare ca *altul*, în genere, ca *alteritate*, la Jonas, celălalt apare sub o ipostază clar circumscrisă: „*celălalt ca generații viitoare*“. Tocmai de aceea un atare demers a fost preluat de majoritatea celor care sunt preocupați de tema responsabilității în etica mediului, în etica afacerilor sau în bioetică.

Raționamentele lui Jonas merită să fie redată, chiar dacă numai într-o formă concisă. În primul rând, el pleacă de la constatarea că civilizația noastră tehnică bazată pe puterea științei *trebuie* să fie apreciată printr-o *judecată de responsabilitate* pentru că știința și tehnica ne-au dat puteri – atât direct cât și indirect distrugătoare – prin simplul fapt al *consumului* nostru de fiecare zi. Astăzi noi suntem investiți cu o responsabilitate necunoscută de generațiile anterioare: aceea de a lăsa generațiilor viitoare o planetă locuibilă și de a nu altera condițiile biologice și genetice ale existenței. În lipsa acestor lucruri, descendenții noștri nu vor putea nici să progreseze și nici să-și exercite propria responsabilitate. În acest context, Jonas propune o reformulare a imperativului categoric kantian: „Acționează în așa fel încât efectele acțiunii tale să fie compatibile cu permanența unei vieți autentic umane pe pământ și efectele acțiunii tale să nu distrugă posibilitatea unei astfel de vieți în viitor“.²¹ Noi trăim, scrie Jonas, în sânul unei biosfere în evoluție, condusă de legea entropiei, care nu oferă existenței noastre decât un mediu fragil și perisabil. Fragilitatea lumii și puterea noastră modifică în mod radical dimensiunea obligațiilor noastre morale. Noi am devenit responsabili și față de existența generațiilor viitoare și, într-o anumită măsură, chiar și de perpetuarea naturii, condiție a oricărei vieți omenești în viitor.²²

În al doilea rând, din această nouă situație decurg schimbările majore referitoare la noțiunea de responsabilitate. Jonas face din responsabilitate fundamentul însuși al eticii și, pentru că viitorul omenirii este amenințat, etica responsabilității

devine o etică a viitorului, fondată pe *prudență* și pe *teamă*. În fapt, „*euristica fricii*” este tema centrală a operei lui Jonas, în care se spune că trebuie „să vedem care ne sunt *temerile*, înainte de a vedea care ne sunt *dorințele*, pentru a înțelege ce ne este cu adevărat important”, sau că „există încă în vigoare recomandarea că e mai bine să pleci urechea la profețiile despre nenorocire decât la cele despre fericire”.²³ Jonas stabilește însă un raport pozitiv între *frică* și *responsabilitate*. Nu este vorba în nici un caz de frica patologică, de cea care paralizează voința, ci de acea frică generatoare de acțiune, care incită și la reflecție. De asemenea, în lumea actuală frica nu poate fi disociată de *speranță*. Oricum, pentru el „frica face parte din responsabilitate”.²⁴ Să te temi de consecințe rele nu înseamnă slăbiciune, ci o forță, iar a-ți fi frică să lezezi sau să distrugi este condiția ca responsabilitatea să fie posibilă. În fapt, ținând cont de gravitatea și de ireversibilitatea eventualelor consecințe ale acțiunilor noastre și ținând cont de imposibilitatea de a le cunoaște cu adevărat, putem să ne imaginăm cele mai groaznice urmări ale acțiunilor noastre. Acest tip de experiment mental se referă inclusiv la pericole, precum cele ce pândesc specia umană. În acest caz, judecata de responsabilitate cere renunțarea la anumite decizii sau acțiuni, chiar dacă avantajele imediate par sau sunt într-adevăr mari. Respectul față de mediu, față de natură ilustrează tocmai această responsabilitate pe termen lung.

Într-un fel, presupuziția existenței Celuilalt este conținută și în concepția lui John Rawls despre dreptate, atât în cea din *A Theory of Justice* (1971) cât și cea din *Political Liberalism* (1993). Cele două concepte gemene, de *poziție originară* și de *văl al ignoranței*, primesc substanță tocmai pentru că *tu* trebuie să te imaginezi ca putând fi și *celălalt* sau *ceilalți*. În fapt, chiar exemplul lui Jonas al responsabilității față de ceilalți ca generații viitoare a fost utilizat și de Rawls: în poziția originară aflat sub vălul ignoranței nu știi nici ce statut, rasă, sex, stare de sănătate

sau noroc ai, după cum nu știi nici cărei generații-i apariții. Este vorba în acest caz de o responsabilizare față de multiplele situații cu care se poate confrunta, în principiu, orice ființă umană.

Analizând aceste teorii filosofice se constată că apar cel puțin câteva întrebări: a) responsabilitatea noastră ca ființe finite este întotdeauna infinită? b) care este totuși mai importantă: responsabilitatea față de *generația contemporană* care este afectată direct și vizibil de deciziile noastre imprudente, sau răspunderea față de *generațiile viitoare*, care nu sunt încă afectate și pe care nici nu le „vedem” suferind? Pe bună dreptate Ricoeur arăta, în această ordine de idei, că trebuie să ne întrebăm „până unde se întinde spațiul și timpul responsabilității actelor noastre”²⁵ După cum am văzut deja atât, la Lévinas cât și la Jonas responsabilitatea devine infinită. Jérôme Ballet și Françoise de Bry consideră însă o asemenea abordare ca fiind o „concepție excesivă a responsabilității”.²⁶ În fapt, la Lévinas, „responsabilitatea față de celălalt nu permite nici un calcul, dar, în schimb, impune sacrificiul”,²⁷ în timp ce la Jonas responsabilitatea „față de ceilalți ca generații viitoare” impune atât un calcul prealabil cât și un sacrificiu în prezent.

Sunt aduse în prim plan câteva *difficultăți* în a gândi tema responsabilității „fără rest”: a) astfel, dacă suntem tentați să răspundem că responsabilitatea depinde de întinderea puterii noastre, suntem, de asemenea, dispuși să răspundem că ar trebui ca vătămările legate de exercitarea acestei puteri să aibă o întindere egală cu puterea noastră; dar, lanțul efectelor actelor noastre are o potențialitate infinită; putem, desigur, să ținem cont de efectele imediate, dar ce se întâmplă cu acele urmări vătămătoare care pot apărea doar peste câteva secole?; b) de asemenea, *prudența* însăși înțeasă ca virtute, în sensul aristotelian al termenului, nu garantează nici ea un rezultat cert benefic, atâta timp cât efectele nu pot fi cu totul cunoscute în prezent; c) există *efecte perverse* ale unor acțiuni, în sensul că,

deși o decizie pare justificată și „responsabilă“ pe termen scurt, ea se va dovedi malefică pe termen lung; d) în fine, în anumite circumstanțe înlănțuirea de cauze și de efecte este greu, dacă nu chiar imposibil de a fi stopată; tocmai de aceea, pentru a putea fi stăpânită acea înlănțuire rea de cauze și de efecte și pentru a evita căderea în fatalitate, „responsabilitatea trebuie să constituie obiectul unui *calcul* care ar putea exclude efectele necunoscute“.²⁸

În orice caz, o altă dificultate provine din incompatibilitatea celor două *forme de responsabilitate*, una evidențiată de Jonas, iar cealaltă de Lévinas. Iată cum poate fi surprinsă grafic această incompatibilitate.

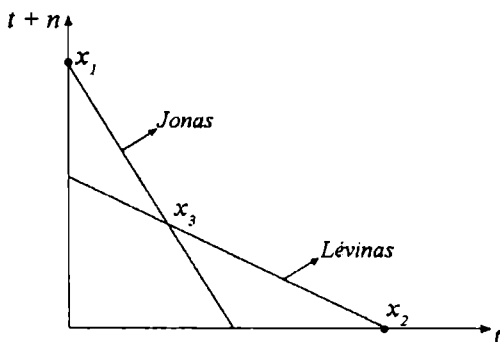


Figura 3

[Jérôme Ballet și Françoise de Bry (2001) reproduc graficul după F.R. Mahieu]

Referindu-ne la concepțiile lui Jonas și Lévinas apar două forme de responsabilitate:

- a) o foarte mare responsabilitate față de generațiile viitoare ($t + n$);
- b) o responsabilitate omniprezentă față de generația contemporană.

Rezultă că ansamblul posibil de acțiuni relative la cele două responsabilități nu sunt în mod necesar compatibile în totalitate. Astfel, punctul X_1 nu este compatibil cu punctul X_2 , ceea ce ne face să presupunem că sacrificiul față de o generație trebuie consimțit în detrimentul alteia. De asemenea, o soluție precum X_3 satisface ambele concepții, dar într-un mod destul de relaxat față de ambele forme de responsabilitate. Ceea ce rezultă de aici este faptul că dilema (a fi răspunzător față de generațiile viitoare sau a fi responsabil față de generația contemporană) poate fi soluționată cel mai adecvat printr-un *calcul rațional* sau de *rezonabilitate*. Totodată, o concepție rațională asupra responsabilității este, probabil, mai aproape de un calcul *personal*, care impune, desigur, un *sacrificiu*, dar care nu implică *manifestarea unei abnegații* față de o generație sau alta.²⁹ Oricum, această dilemă este destul de accentuată în cazul afacerilor unei firme sau întreprinderi, pentru că managerii trebuie să-și mulțumească clienții de astăzi fără a amputa potențialul celor de mâine. De asemenea, întreprinderea (sau firma) este în situația de a trebui să asigure pe termen scurt remunerația acționarilor și a salariaților săi, iar pe termen lung să-și mențină continuitatea și integritatea.

6.2. De la responsabilitatea față de Celălalt la conceptul modern de responsabilitate socială a organizării

→ După cum s-a văzut, raportată în mod tradițional la prudență și la libertate, considerată, de asemenea, în epoca modernă ca autonomie a voinței, responsabilitatea a devenit astăzi responsabilitate față de Celălalt, ceea ce nu înseamnă numai o lărgire a câmpului semantic al responsabilității, ci o cotitură radicală în modul de a gândi acest concept. Această mutație în semnificația ideii de responsabilitate nu scapă din vedere

organizațiile (fie ele economice cum sunt întreprinderile, fie ele firme comerciale de afaceri) chiar dacă sunt nu puține dificultăți în găsirea unei maniere de aplicare a acestei idei la o realitate atât de dinamică, precum afacerile. Astfel, pe de o parte, este greu să definești autonomia voinței drept organizare, iar pe de altă parte, așa cum este gândită responsabilitatea față de celălalt, aceasta poate conduce către forme de responsabilitate care să fie, uneori, chiar incompatibile cu logica întreprinderii sau a firmei de afaceri. O critică radicală a aplicării ideii de responsabilitate față de celălalt la sfera afacerilor și a spiritului întreprinzător ar suna astfel: *celălalt* implică atât de multe restricții încât până la urmă orice decizie poate fi blocată sau amânată la nesfârșit, în timp ce logica întreprinderii și a spiritului de inițiativă implică o libertate de acțiune pentru atingerea unor scopuri întotdeauna concrete și presante: producerea de bunuri, profit, augmentare a cererii și a consumului toate având loc într-o piață liberă, concurențială.

În orice caz, aplicarea conceptului de responsabilitate la sfera întreprinderilor și afacerilor³⁰ a ridicat răspunsuri la întrebări precum aceasta: dacă obiectivul și comportamentul întreprinderii (așa cum apar acestea descrise în manuale de microeconomie) sunt reprezentate printr-o *funcție de producție* sau de profit, atunci întreprinderea trebuie văzută ca un individ sau ca o persoană? Jérôme Ballet și Françoise de Bry consideră că pentru a da un răspuns pertinent la această interogație trebuie definită *noua accepție* conferită întreprinderii, care acum nu mai este cea *paternalistă*, ci cea *cetățenească*.³¹ După ei, orice întreprindere poate fi înțeleasă la trei nivele³²: a) ea este, mai întâi, o *organizație* ce se poate descompune într-un număr de indivizi; în acest caz, responsabilitatea apare sub unghiul răspunderilor pe care fiecare individ le are în întreprindere, iar autonomia membrilor pune problema contractului (după cum subliniază Ricoeur, 1991)³³; ceea ce se numește „contractul întreprinderii” presupune că indivizii își abandonează libertatea

pentru a o recupera în calitate de membri ai întreprinderii sau firmei; b) ea este, în al doilea rând, o *instituție* care nu are numai funcții economice, ci și funcții sociale, în sânul ei reglându-se conflictele de interese; la acest nivel calculul implică luarea în considerare a ansamblului economic și social; *calculul* însă nu se referă decât la bunuri, având repercusiuni și asupra persoanelor; mai precis, în acest caz este vorba despre un calcul ale cărui efecte asupra persoanelor nu sunt intenționate; c) ea este, în al treilea rând, ca o *persoană*, pentru că are pe de o parte *putere asupra* celorlalți care depind de ea, și, pe de altă parte, pentru că acționează având anumite *intenționalități*.³⁴ Rezultă că pentru a-și defini responsabilitatea socială, întreprinderea sau firma trebuie înțeleasă aidoma unei persoane autonome. În fapt, responsabilitatea poate fi înțeleasă pornind de la *calculul asupra Celuilalt* și, mai exact, de la libertatea de *intenție* față de celălalt. Autorii menționați consideră că un calcul asupra celuilalt poate fi făcut destul de simplu și este la fel și pentru orice întreprindere văzută ca organizație. Mai mult, se susține că între poziția în care întreprinderea nu este deloc responsabilă pentru că este întrutotul constrânsă de piață și între poziția în care „întreprinderea nu are de ales asupra calculului pentru că este în mod imediat și infinit responsabilă de celălalt“, există totuși „loc pentru un calcul asupra celuilalt“, iar acesta este un *calcul de responsabilitate*.³⁵ Acest calcul, evident, se sprijină pe ideea de *persoană autonomă*.

Una dintre primele tentative de a atribui o *personalitate morală* a întreprinderii³⁶ îi aparține lui P. French (1979) și ține de teoria organizației. Argumentarea lui French se bazează pe ideea de „intenție“. Intenția întreprinderii este definită plecând de la o structură de decizie internă care este chiar organizarea ei intimă în vederea exercitării puterii și a activității pentru atingerea scopurilor pe care și le-a fixat. El demonstrează posibilitatea unei intenționalități din partea întreprinderii având ca punct de plecare politica și strategiile pe care le adoptă. Hotărârile sunt luate nu în

vederea membrilor întreprinderii sau firmei, ci *pentru* acestea, în calitate lor de *organizații*. În acest sens, după French, firma este aptă de a avea intenționalitate și, prin urmare, considerată responsabilă din punct de vedere moral.

Acest model a fost însă destul de vehement criticat de Velasquez (1983)³⁷ care consideră că nu avem nevoie de presupuziția moral-metafizică a existenței unei „intenționalități” a firmei. După el, această entitate organizațională care este firma nu se poate sustrage nicicum ideii de răspundere pentru deciziile luate de manageri și pentru actele și consecințele produse asupra oamenilor sau mediului.

Oricum, el distinge *două* forme de responsabilitate. În *prima* formă responsabilitatea este văzută ca *obligație* sau *datorie*, de exemplu, „responsabilitatea firmei de a-și servi clienții”. În cea de-a *doua* formă responsabilitatea este utilizată pentru a indica faptul că o acțiune sau consecințele sale pot fi atribuite unui *agent individual* (ca spre exemplu, în expresia „cutare este responsabil de accidentul rutier care s-a petrecut ieri”). În ambele cazuri există și un pregnant conținut juridic al răspunderii, conținut tradus și prin faptul că sunt prevăzute sancțiuni în caz că „firma nu și-a servit clienții” sau în caz că persoane aparținând firmei au comis delikte, sau chiar infracțiuni ca spre exemplu: vătămări involuntare sau voluntare, munci sau activități clandestine, atentate la mediul înconjurător, deturnare sau sustragere de fonduri, mituire etc.

Numeroși autori (Jean Moussé, Manuel G. Velasquez, Jérôme Ballet, François de Bry) cercetând evoluția istorică a formelor de responsabilitate s-au întrebat ce anume, de pildă, din ideea de *responsabilitate colectivă* sau de responsabilitate etică a grupului mai poate fi utilizat și aplicat pentru etica afacerilor și întreprinderii. Oricum, sub forma sa *civilă*, responsabilitatea colectivă datează din secolul al XIX-lea când s-au dezvoltat

structuri variate, precum societăți, asociații, sindicate. În aceste cazuri identificarea autorului individual devine dificilă, dar totuși aplicarea conceptelor de responsabilitate și de culpă este resimțită ca foarte necesară. De exemplu, dacă o asemenea entitate colectivă produce daune evidente, ea este considerată *răspunzătoare ca întreg* pentru daune și vătămări, dar de cele mai multe ori, dacă vinovatul poate fi identificat ca fiind un individ anume, atunci acesta este considerat culpabil și mult mai puțin colectivitatea. N-a fost întotdeauna așa, pentru că, în sens strict, responsabilitatea colectivă a corespuns unor forme arhaice de viață. Așa cum a observat Neuberg (1997) acest tip de responsabilitate „desemnează o situație în care membrii unui grup sunt sancționați pentru greșeala unuia singur” și se traduce în engleză prin „collective responsibility” și în franceză prin „responsabilité du groupe”.³⁸ Din punct de vedere istoric, această noțiune este veche și o găsim încă din antichitate sub numele de „pacea macedoniană”: dacă un atenian, acuzat de homicid, își găsea azil într-un oraș din Macedonia, Atena avea dreptul să-i pedepsească pe toți locuitorii acelui oraș. Faptul de a fi obligați să plătească pentru crima unuia nu era considerat a fi o nedreptate, fiindcă grupul avea o putere considerabilă asupra membrilor săi.³⁹ Responsabilitatea de grup este regăsită în multiple contexte cum ar fi în corporațiile Evului Mediu sau în tot felul de ordonanțe regale de dinainte de Revoluția franceză care permiteau sancțiunea penală a comunelor sau burgurilor. Oricum însă, omul secolului XX și cu atât mai mult cel al secolului XXI nu mai interpretează suferințele grupului său ca pe o *ispășire* și *binefacerile* ca pe un *merit*. Absența solidarității, lipsa controlului grupului, distanțele geografice și cele sociale sunt tot atâția factori care fac ca individul să nu mai accepte ușor această formă de responsabilitate. Și totuși, după cum constată Jérôme Ballet și Françoise de Bry, mai există încă responsabilitate de felul acesta.

De pildă, corupția practică într-o firmă sau companie dacă e descoperită poate avea consecințe asupra gestiunii firmei și poate chiar să-i atragă lichidarea, falimentul. *Această sancțiune colectivă poate părea injustă, dar, în acest caz particular, ea este garantul raționalității și al echității acestei forme de viață.* De asemenea, munca la banda rulantă și cea în echipă creează o responsabilitate, o solidaritate de fapt. Astfel, munca defectuoasă a unuia dintre membri poate atrage penalizarea întregului grup. Prin urmare, se poate spune că și astăzi există o responsabilitate de grup care presupune autonomia și solidaritatea morală a membrilor. În fapt, problema responsabilității grupului se pune atunci când o acțiune este îndeplinită de persoane diferite și nu există o concertare între membri. Acesta este cazul a ceea ce se numește „mărturie colectivă”,⁴⁰ atunci când, de exemplu, întregul grup rămâne pasiv, în condițiile în care, de fapt, ar putea să intervină. În acest caz, când într-un grup de salariați este descoperită o infracțiune periculoasă, se pune întrebarea *cui* îi revine sarcina să denunțe? Obligația informării, a dezvăluirii (a denunțului) nu îi revine numai unui salariat anume, ci *grupului*. Dacă este sancționat unul, el este sancționat și pentru greșeala celorlalți. În felul acesta se pot înmulți nedreptățile. Și atunci se pune întrebarea: trebuie ca nici un salariat să nu fie pedepsit și nimeni să nu fie considerat vinovat de pagubă?

Se poate, atunci, evoca o responsabilitate a grupului în întreprindere, firmă sau companie? Unii autori (Jean Mousse, Manuel G. Velasquez) consideră că responsabilitatea depinde de *talia*, de mărimea întreprinderii și de *forma de management*, dar astăzi ne apare tot mai puțin probabil ca ansamblul comunității întreprinderii să accepte să plătească pentru greșeala unuia dintre membrii săi, chiar dacă managerul încearcă, de pildă, să-și culpabilizeze subordonații, apelând la „dificultățile firmei”. Se consideră că această încercare poate reuși într-o întreprindere

mică, dar ea este sortită eșecului într-o companie care numără mai mult de cincizeci de salariați.⁴¹ Oricum, ceea ce este important este faptul că, în anumite condiții, *această responsabilitate de grup poate evolua către o responsabilitate a organizației*. Conceptul care face această legătură este cel de „cultură a firmei”, sau „cultură a mediului intern de activitate și de afaceri”. În fapt, este vorba de a întreține și a reactiva legături străvechi care țin de apropiere, de solidaritate și de control, legături mereu și mereu prezente în grupurile de muncă, de schimb, de producție sau de relații comerciale.

Tot mai accentuat, mai ales în partea a doua a secolului al XX-lea, s-a impus ideea că nu numai grupurile sunt responsabile pentru ceea ce fac (sau nu fac), ci însăși *organizațiile*, ca entități ce funcționează după o logică diferită de aceea a grupurilor, vor dezvolta un fel special de responsabilitate. Mai precis, conceptul modern care s-a impus este cel de *responsabilitate socială a organizării*.

Oricum, ceea ce se numește astăzi responsabilitate socială a organizării face referință la concepte filosofico-etice. Definiția ei este următoarea: „o judecată de responsabilitate care vizează nu membrii unei structuri, ci structura însăși (administrație, corp militar, întreprindere etc.) concepută ca având o existență (în special juridică) distinctă de membrii săi (Neuberg, 1997)⁴², ceea ce în engleză se numește «*corporate responsibility*», iar în franceză «*responsabilité de l'organisation*»“.

Ideea de responsabilitate a organizației presupune că aceasta poate fi considerată răspunzătoare de acțiunile efectuate *în numele* său, ceea ce înseamnă că organizația este atât percepută cât și apreciată ca fiind *o persoană* sau un *agent moral*. În fapt, din chiar constatarea că organizația (întreprindere, firmă, companie) își definește o politică generală, din care decurg anumite acțiuni și consecințe, implică faptul că motivele care

determină actele sunt proprii organizației și independente de interesele personale ale managerilor săi. În cea mai mare parte a situațiilor individul nu este decât *purtătorul* motivelor de acțiune și un *executant* al ordinelor primite. În această accepție organizația este responsabilă atât juridic cât și moral și *nu* executantul. Această formă de responsabilitate privește întreprinderea sau firma în dubla lor calitate de *sistem social* dar și de *organizație* ce aparține acestui sistem.⁴³ Ea își asumă astfel o *responsabilitate completă* față de societate ca întreg, dar și față de toți membrii săi: salariați, acționari, consumatori etc.

Ceea ce este interesant este faptul că, în formarea acestui concept de responsabilitate socială a organizațiilor s-a ajuns să se apeleze la analogia cu biologia, cum este cazul conceptului de *the living company*⁴⁴ (Gens, 1997).

O firmă este analizată precum o *ființă vie* și, deci, considerată responsabilă în calitate de instituție, de entitate, care are „corp“, „suflet“, intenții, scopuri, valori. Iată, pe scurt, raționamentul lui Gens⁴⁵. El se bazează pe conceptul de *persona* pe care îl împrumută de la psihologul german W. Stern (1919). *Persona* reprezintă și sufletul și corpul și are valori și experiențe proprii. Stern face distincție între *lucruri* (entități fără scop și voință) și *persoane* (entități înzestrate cu voință). Pentru Gens, *Homo oeconomicus* aparține primei categorii, pentru că acesta este determinat de funcționarea pieței. *Homo sapiens* care populează și face să fie vii firmele, este o *persoană* care își urmărește obiectivele în funcție de comportamentele care nu se lasă reduse la relații de cauză și efect. Gens asimilează firma unei *persona*, unei ființe vii. Fiecare *persona* cuprinde elemente mai mici și face parte ea însăși dintr-o *persona* mai mare, de unde metafora scării, utilizată de Stern și adaptată de Gens lumii moderne:

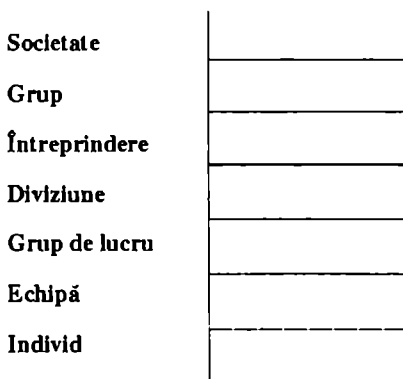


Figura 4

Fiecare *unitate* constituie, la nivelul său, un sistem viu. Fiecare are contururi și finalități proprii. Dar, în paralel, fiecare se înscrie într-un întreg care o depășește. După Stern, orice ființă vie (și deci și orice firmă, întreprindere, organizație) posedă o facultate numită *introcepție*, definită astfel: „aptitudinea de a avea conștiința propriei poziții față de restul lumii“. Ea se situează la nivelul credințelor și valorilor. *Persona* trebuie să-și găsească locul în lume și să dobândească o viziune clară, din care să reiasă etica sa și valorile anturajului său. Astfel, *the living company* își pune mereu întrebări asupra relației sistemului său de valori și cel al lumii în care trăiește. De exemplu, în secolul al XVII-lea, în Europa occidentală era reprobabil să urmărești numai câștigul bănesc. Sensibile față de lumea înconjurătoare, firmele private doreau să practice filantropia pe scară largă. Este notabilă în acest sens deviza băncii olandeze Wisselbank (1609): „*Probitate, nu profit*“.⁴⁶

Într-o atare viziune există o interpenetrare între sistemele de valori ale *personae*. Despre ce fel de valori este vorba se va întreba Gens? Despre un ansamblu de *valori-comune* la care aderă salariații considerând că devotamentul față de obiectivele firmei îi

va ajuta să-și atingă propriul obiectiv. Este necesar ca scopurile și motivațiile individuale ale *personae* din nivelele inferioare să fie în armonie cu cele din nivelele superioare. Oricum, studiul lui Gens arată că există o legătură între „perenitatea întreprinderii“, a firmei sau companiei și *atașamentul față de valori*. Ideea de *The living company*, astfel definită, presupune o *solidaritate*, deja evocată, dintr-o perspectivă biologică, la început de secol XX, în ceea ce s-a numit teoria *solidarismului*. Este adeseori citată, în această ordine de idei, formula lansată de un autor francez, Bourgeois: într-o firmă există un quasi-contract bazat pe obligațiile reciproce ale oamenilor din societate astfel încât „fiecare dintre noi este în mod necesar dator tuturor celorlalți; aceasta este sarcina *libertății*“.⁴⁷ Raționamentul care susține această concepție sună astfel: dacă întreprinderea, (firma) este *vie*, dacă este înzestrată și cu voință, atunci ea însăși este compusă din alte ființe vii care au *nevoi* și *drepturi*. Această metaforă poate explica responsabilitatea organizației, dar ea subînțelege o adecvare a obiectivelor între *personae* la diverse niveluri. Liantul acestui sistem trece printr-o *cultură a firmei*, ce poate fi calificată drept „*cultură organizațională*“, desemnată ca ansamblul valorilor, credințelor, convingerilor, atitudinilor și comportamentelor comune tuturor membrilor unei organizații. Astfel se creează o responsabilitate colectivă. Și în acest caz însă apare o veche problemă: dacă etosul organizației trimite la ideea de răspundere colectivă, atunci nu există riscul ca membrii organizației să se simtă deresponsabilizați în calitatea lor de subordonați și simpli executanți?

În concluzie, din punct de vedere filosofico-etic răspunsul *de principiu* dat temei responsabilității a accentuat următoarele idei: a) *libertatea* este o condiție *esențială* a responsabilității; b) *prudența* este o *virtute* care presupune atât ideea de om liber cât și pe cea de ființă responsabilă; c) responsabilitatea pentru deciziile, actele și faptele noastre nu poate fi raportată numai la *sine*, la omul individual, văzut ca un *atom izolat*, fără nici o

legătură cu *ceilalți*; d) responsabilitatea este, prin urmare, nu o *esență* ce locuiește într-un individ, ci o *relație*: cu celălalt, cu grupul, cu organizația; e) fără o solidaritate cu ceilalți, fără presupuziția că *ceilalți* (grup, firmă, organizație, dar și, foarte precis, consumatori, salariați, acționari etc.) *există* și au și ei interese și nevoi legitime, ideea de responsabilitate nu are conținut; f) oamenii nu au *numai* drepturi sau *numai* obligații, ci au *și* drepturi, *și* obligații, iar pentru că orice acțiune omenească are *consecințe*, iar unele dintre acestea pot fi grave și chiar tragice, ideea responsabilității este la fel de importantă precum aceea a drepturilor și a îndatoririlor; g) dacă în teoria moral-politică, uneori a fost accentuată ideea de Bine în detrimentul celei de *drepturi*, sau cea de obligații și îndatoriri în detrimentul celor de Bine sau drepturi, acum noua conjuncție care se impune este triada: *drepturi, îndatoriri, responsabilități*; în fine, h) în contextul actual, modern și post-modern, în care organizațiile au devenit o realitate mult mai complexă, și-n care preocuparea pentru *dimensiunea etică* a suferit o creștere exponențială, ideea responsabilității se pune și ca îndatorire, obligație sau autoobligație, atât a întreprinzătorului dar și a firmei, și ca responsabilitate de grup sau colectivă, și ca responsabilitate a organizării; în fapt, „omul organizațional” și-a integrat tot mai insistent și apelativul de „*om organizațional moral*”.

6.3. Judecata de responsabilitate și condițiile necesare pentru ca o persoană să fie considerată responsabilă

Judecățile și raționamentele morale⁴⁸ conțin și un tip special numit *judecăți de responsabilitate*. E vorba, în acest caz, de a determina, de a stabili dacă o *persoană* sau o instanță *impersonală* (instituție, organizație etc.) este moralmente responsabilă sau culpabilă pentru că a făcut ceva rău sau pentru a fi vătămat cu

intenție pe cineva.⁴⁹ O judecată privind responsabilitatea morală a unei persoane pentru o vătămare nedreaptă, fără un motiv legal sau moral, este o judecată referitoare la gradul în care persoana *merită* blamul, oprobiul public sau pedeapsa. În același timp, ea este o judecată care implică ideea de compensare pentru vătămare sau păgubire. De pildă, dacă un patron aduce prejudicii asupra sănătății angajaților, deliberat sau din neglijență sau nepăsare, atunci, am spune, probabil că acel patron ar merita oprobiul public, pe lângă suportarea pedepsei legale, după cum spunem, el ar trebui să acorde compensații victimelor.⁵⁰ Întrebarea care se pune în acest caz este cea asupra *întinderii* actelor de responsabilitate. Or, s-a ajuns la un acord între teoreticieni pentru a nu-l considera responsabil moralmente, de pildă, pe cineva atunci când acțiunea lui este *greșită* și nu *rea*, este făcută *din accident* și nu din *rea voință*, este comisă din *ignoranță* și nu cu *bună știință*. O persoană este moralmente responsabilă – arată în acest sens Manuel G. Velasquez în *Business Ethics* – numai pentru acele acte și efecte vătămătoare previzibile pe care a) persoana le-a făcut sau le-a generat în mod conștient și liber și pe care era moralmente rău să le făptuiască sau să le provoace, și pe care, b) acea persoană, în mod conștient și liber, a omis să le făptuiască sau să le prevină.⁵¹ Există un acord larg răspândit conform căruia *numai două condiții* pot elimina complet responsabilitatea morală a unei persoane atunci când s-a produs o vătămare: *necunoașterea* și *incapabilitatea* unui individ de a judeca, a preveni și a stăpâni toate consecințele unei acțiuni. Acestea sunt numite condiții de scuză, de dezvinovățire, de suspendare a judecății de responsabilitate. Dacă o persoană este în mod sigur în necunoaștință de cauză sau dacă ea era incapabilă sau îi era imposibil să evite ceea ce s-a produs și la care a participat, atunci acea persoană nu a acționat conștient și liber și, prin urmare, nu poate fi acuzată de ceea ce a făcut. Tocmai însă pentru faptul că, în genere, *necunoașterea* și *incapabilitatea* sunt în postura de a înlătura responsabilitatea unei persoane, trebuie distinsă *adevărata*

necunoaștere de *mimarea* sau *invocarea ignoranței*.⁵² Astfel, sunt persoane care se păstrează în mod deliberat ignorante față de anumite probleme tocmai pentru a scăpa de orice responsabilitate. Sunt astfel cunoscute cazurile în care un manager al unei companii de producere a azbestului⁵³ le-a sugerat medicilor să nu-i comunice rezultatele analizelor făcute muncitorilor pentru a nu fi făcut ulterior răspunzător juridic pentru că n-a adus condițiile de muncă în limitele de sănătate legal prescrise. Acest tip de conduită este însă moralmente reprobabil și el nu suprimă judecata de responsabilitate, pentru simplul fapt că obligația morală constă în aceea de a nu vătăma nejustificat și nelegitim pe nimeni și niciodată. De asemenea, intenția de a te preface ignorant pentru a evita responsabilitatea este ea însăși un indicator al imoralității, al necinstei celui care procedează în acest fel. Scuza ignoranței, a necunoașterii nu poate fi invocată nici atunci când o persoană evită din neglijență, lene sau indiferență să facă câțiva pași necesari pentru o informare completă. De exemplu, în cazul amintit mai sus, managerul care ar avea suficiente motive să suspecteze că azbestul poate fi periculos pentru sănătate, dar care a omis să se informeze asupra acestei chestiuni (pentru că „n-a avut chef“, „i-a fost indiferent“, „i-a fost lene“) nu poate invoca mai târziu necunoașterea, ignoranța drept scuză.

O persoană poate fi în postura de necunoaștere, de ignoranță, fie față de *fapte* relevante, fie față de *standarde morale*⁵⁴ relevante (Manuel Velasquez). De pildă, cineva știe că a mitui este un lucru rău, pentru că a încălcat un standard moral relevant, dar, în același timp să nu cunoască, să „nu realizeze“ că dând bacșiș unui funcționar, de fapt, l-a mituit, aceasta reducându-i obligațiile legale. Pe de altă parte, se poate ca cineva să fie *într-adevăr ignorant* și să nu cunoască faptul că a mitui oficialii guvernamentali e un lucru rău (că se încalcă astfel un *standard moral*), deși aceea persoană *să știe* că dând bacșiș mituiește (ceea ce este *un fapt* relevant).

În genere, se admite că necunoașterea unui *fapt* elimină complet responsabilitatea morală pentru simplul motiv că o persoană nu poate fi *obligată* să facă o acțiune asupra căreia nu are nici un control: obligația morală cere libertatea⁵⁵. Pentru că oamenii nu pot controla fapte pe care nu le cunosc, ei nu au nici o obligație morală față de asemenea chestiuni și, în consecință, responsabilitatea lor morală pentru aceste anume cazuri este inexistentă. Acel tip de necunoaștere, de ignoranță care se asociază cu neglijențe sau aceea ignoranță creată în mod deliberat *nu* anulează principiul moral al responsabilității, ci, îl întărește. În fapt, gradul nostru de ignoranță poate fi controlat și el într-o oarecare măsură, iar atâta timp cât putem controla gradul nostru de cunoaștere și necunoaștere, noi devenim responsabili moral pentru acel lucru și, mai ales, pentru consecințele lui vătămătoare. În genere, necunoașterea *standardelor morale* relevante înlătură, de asemenea, responsabilitatea, deoarece o persoană nu e responsabilă pentru omisiunea de a satisface obligații de a căror existență e total în necunoaștință de cauză. Totuși, pe baza faptului că necunoașterea standardelor morale este rezultatul alegerii libere *de a nu cunoaște* care anume sunt aceste standarde, rezultă că *noi suntem responsabili pentru ignoranța noastră și pentru efectele ei rele și vătămătoare*.⁵⁶

În ceea ce privește *condiția incapacității*, același Manuel G. Velasquez arată că incapacitatea poate fi rezultatul, fie al unor circumstanțe *interne*, fie al unora *externe*. Astfel, pe de o parte, unei persoane îi pot lipsi puterea, îndemânarea, ocazia sau resursele necesare pentru a acționa sau, pe de altă parte, persoana poate fi constrânsă sau deranjată fizic, psihic sau mental să facă ceva, sau chiar să fie în imposibilitate să-și poată controla acțiunile. De exemplu, un manager care lucrează în condiții foarte stresante poate fi atât de tensionat încât, într-un moment de surescitare nervoasă să fie cuprins de furie în fața unui subordonat, devenind astfel incapabil să-și controleze acțiunile. În acest caz, dacă această

incapacitate de a se stăpâni este absolut rodul unui accident, și dacă ea n-a produs o vătămare relevantă, într-un fel sau altul, și dacă subordonatul, la rândul lui, își dă seama că este vorba de „o ieșire”, că este vorba de o „excepție” de la modul de a fi al managerului, și nu de o *constantă* a conduitei sau caracterului acestuia, atunci respectivul manager *nu* va fi considerat răspunzător pentru această faptă singulară. Judecata de de-*responsabilizare* utilizată în mod curent pentru asemenea situații sună astfel: „I se întâmplă oricui în asemenea condiții”.

Pe lângă cele două condiții de scuze (*necunoașterea* și *incapabilitatea*) care absolvă persoana de vinovăție morală mai sunt amintiți de Velasquez și alți câțiva *factori atenuanți* care pot diminua responsabilitatea morală: a) circumstanțe care fac *nesigură, incertă* o persoană, dar nu total nesigură despre ceea ce face (acestea afectează *cunoașterea* persoanei; b) circumstanțe care fac *difficilă* acțiunea persoanei, dar nu fac imposibilă evitarea de a face ceva (acestea afectează *libertatea* persoanei); circumstanțe care *minimizează* o acțiune, dar care nu înlătură cu totul *implicarea* unei persoane într-o acțiune (acestea se referă la gradul în care o persoană este *cauza* provocatoare a unei vătămări nemeritate).

În primul rând, după cum sintetizează Velasquez⁵⁷, sunt circumstanțe care produc *nesiguranță*, care generează o anumită *incertitudine* cu privire la ce este *de făcut*. Astfel, o persoană poate fi destul de convinsă că nu este foarte bine să facă ceva, dar, în același timp, să se îndoiască totuși că nu știe nimic despre anumite *fapte* importante, sau să se îndoiască asupra standardelor morale implicate, sau să aibă dubii asupra gravității greșelii. De pildă, dacă un funcționar este rugat să ducă niște informații unui *competitor*, el ar putea să fie *destul de sigur că face o greșală*, dar în același timp să aibă o *veritabilă nesiguranță* în legătură cu gravitatea, cu seriozitatea problemei în cauză. O atare incertitudine se consideră că este de natură să diminueze

responsabilitatea morală a persoanei. Oricum, în genere, persoana își reduce disonanța cognitivă (Festinger)⁵⁸ apelând la *buna-credință*⁵⁹ a celui care l-a rugat să ducă respectivele informații.

În al doilea rând, unei persoane i-ar putea fi *greu*, dificil să evite un anumit curs al evenimentelor, atunci când este supusă unor *amenințări* de orice fel și când costurile personale sunt foarte mari. Astfel, de pildă, managerii intermediari sunt, nu arareori, intens presăși sau amenințați, mai mult sau mai puțin direct, de superiorii lor (pentru a crește producția, pentru a păstra unele secrete față de public cu privire la starea de sănătate a personalului etc.), deși, evident, este neetic un asemenea procedeu. Se susține în acest caz că, dacă aceste presiuni sunt suficient de mari, atunci, proporțional, și responsabilitatea lor este micșorată.⁶⁰

În al treilea rând, responsabilitatea unei persoane poate fi, de asemenea, atenuată dacă circumstanțele nu permit o *implicare activă* a acelei persoane în actul care a produs o daună, o pierdere sau o vătămare. Dacă, de exemplu, un inginer proiectant realizează că nu-și poate impune cu succes propriul proiect, dar, în același timp, observă defectele din schița propusă de altcineva și stă deoparte, fără să facă nimic (deoarece „nu e treaba mea”) el nu va fi considerat implicat activ, ci, eventual, doar pasiv, în producerea unei prezumtive daune viitoare. Lui i se diminuează răspunderea, dar aceasta nu înseamnă că este cu totul nevinovat și că nu ar fi avut responsabilitatea de a semnală defectul constat. Ca regulă, se admite, în general, că *sunt mai puțin responsabil cu cât acțiunile mele prezente (actuale) contribuie mai puțin la rezultatul (la efectul) aceluia act*. În orice caz, ceea ce contează întotdeauna, în ultimă instanță, este *gravitatea* actului. De asemenea, dacă o persoană are o *datorie specială*,⁶¹ dacă este desemnată oficial și explicit de a semnală anumite nereguli, de-a preveni greșeli sau fapte vătămătoare, atunci acea persoană este responsabilă din punct de vedere moral pentru acele acte pe care

s-a abținut să le raporteze, sau pe care n-a încercat să le prevină, chiar dacă altminteri persoana nu este implicată nemijlocit în acel act. De exemplu, un contabil⁶² care primește drept sarcină de serviciu să raporteze orice activitate frauduloasă pe care o observă, nu va putea să pretindă să i se diminueze responsabilitatea pentru o fraudă pe care a omis cu bună știință să o aducă la cunoștință superiorilor, spunând că „nu el a comis acel act fraudulos“.

În concluzie, un individ într-o organizație este responsabil moral pentru actele injuste pe care le făptuiește, iar responsabilitatea are și un reper obligatoriu a fi luat în seamă: *gravitatea greșelii* sau a *răului*, provocat. Oricum, dacă efectele sunt grave (moarte, suferință, handicap etc.), oricâte condiții ar fi întrunite pentru diminuarea responsabilității, aceasta nu poate fi însă *cu totul* suprimată. În ultimă instanță, chiar dacă omul este în mod cert nevinovat pentru ceva petrecut *în prezența sa* dar nu *din cauza sa*, el se poate simți totuși jenat, stânjenit sau „vinovat fără vină“, având chiar, după expresia lui Karl Jaspers, „o culpă metafizică“, adică un sentiment de culpă fără un obiect clar definit. Se admite că aceasta este limita ultimă până la care se poate întinde o judecată de responsabilitate (André Comte Sponville).⁶³

6.4. Responsabilitatea corporației

Multe dintre deciziile unei firme sau corporații sunt decizii individuale, dar și mai multe sunt, probabil, urmarea unor acte de cooperare între cei desemnați sau aleși să conducă respectiva organizație. Oricum, în interiorul corporației moderne, responsabilitatea pentru un act al acesteia este deseori distribuită printre un număr de participanți care *cooperează* (Manuel G. Velasquez). Ceea ce se numește *decizie* a firmei sau a corporației este, în mod normal, un *rezultat* al mai multor acțiuni (sau

omisiuni de acțiune) a înai multor oameni diferiți: unii elaborează planul strategic de acțiune; alții proiectează, în detaliu, fazele producției; unii testează produsul, alții testează piața; unul ordonă, sfătuiește sau încurajează ceva, iar alții acționează pe baza acestor ordine, sfaturi sau sugestii încurajatoare; un grup înșală cu bună știință cumpărătorii în timp ce, destul de probabil, un alt grup, tot cu bună știință, dar pe tăcute, se bucură de profiturile care rezultă; un grup face o greșală, altul se simte îndreptățit să o ascundă etc., etc. Variațiile cooperării atât cu efecte benefice sau vătămătoare sunt, în fond, nesfârșite.⁶⁴

În fapt, întrebarea care se pune este *cine* e responsabil din punct de vedere moral pentru astfel de acte produse în comun? Răspunsul tradițional este acela că cei care în mod liber și cu bună știință au făcut tot ceea ce era necesar pentru corporație sunt, fiecare în parte, responsabili pentru ce anume au făcut.⁶⁵ Criticii acestui punct de vedere susțin că atunci când membrii unui grup organizat, precum o corporație, acționează împreună, actul lor poate fi descris ca un „act de grup” și, prin urmare, grupul ca întreg trebuie considerat responsabil pentru acel act și nu indivizii care-l compun.⁶⁶ De exemplu, în mod normal noi atribuim producerea unui medicament firmei și nu individual inginerilor din uzină sau farmaciștilor care-l comercializează, iar legea atribuie, de obicei, actele managerilor, corporației înseși, și nu managerilor ca indivizi. În fapt, există atât o responsabilitate a corporației ca subiect juridic și moral, unic și indivizibil, cât și o responsabilitate individuală, pe care o persoană morală o are pentru actele sale, în orice context ar fi fost efectuate acestea. Oricum, analiza modului de funcționare al corporațiilor⁶⁷ va arăta faptul că acestea sunt organizații care trebuie să respecte reguli birocratice și, în acest sens, nu se poate spune că angajații unor corporații mari „în mod conștient și liber și-au reunit acțiunile lor”. Aceasta înseamnă că fiecare trebuie să respecte regulile de conduită administrativă și tehnologică. Pe de altă parte însă,

oricând pot să apară efecte care sunt dincolo de logica birocratică. Astfel, de pildă, *unii* produc ceva cu anumite defecte, iar alții utilizează acea componentă într-un produs care se va dovedi periculos sau vătămător. Este, astfel, destul de evident că o persoană care lucrează într-o structură birocratică a unei mari organizații nu este în mod necesar responsabilă moral pentru *fiecare* act al corporației la producerea căruia a ajutat și ea. În *Business Ethics* Manuel G. Velasquez spune explicit că dacă cineva muncește ca secretară, funcționar sau portar la o corporație, atunci acțiunile acelei persoane *ii pot*, de exemplu, în anumite condiții, ajuta pe înalții funcționari ai firmei să comită o fraudă. Dar, la limită, dacă acea persoană nu știe nimic despre fraudă, sau dacă ea nu poate în nici un fel să o prevină (raportându-o, de exemplu) atunci acea persoană nu este moralmente responsabilă pentru acea fraudă. De asemenea, s-a analizat, pe bună dreptate, foarte adâncit, în psihologia socială și organizațională, *relația* dintre *statut* și *responsabilitate*.⁶⁸ *Locul* în organizație, de superior sau subordonat, aduce cu sine un set diferențiat de atribuții (sarcini concrete) și răspunderi imediate sau mediate pentru fiecare participant. Într-o corporație, cel mai adesea, angajații acționează pe baza ordinelor superiorilor, iar aceștia *știu* și *înțeleg* că se află într-o structură ierarhică a autorității.⁶⁹ Situațiile de ordin moral care apar în acest context sunt de tipul: cine este responsabil să îndeplinească un act în condițiile în care ambii-l consideră ca fiind *greșit* sau de-a dreptul *rău*? Sau: este cu totul absolvit de orice responsabilitate cel ce execută o comandă, o poruncă sau o sugestie imperativă, toate venite pe cale ierarhică? Răspunsul care se poate da la prima întrebare este următorul: este moralmente mai culpabil superiorul care știe că face rău și-l și face, nu singur, și nu direct, ci prin intermediul subordonatului, în primul rând, pentru că *el este sursa actului rău, sau greșit, sau vătămător* și, în al doilea rând, pentru că *și-a folosit autoritatea* pentru a limita un drept

fundamental al subordonatului, și anume *dreptul la libertate al acestuia*. Aceasta nu exclude, se înțelege, după cum s-a văzut, cu totul responsabilitatea subordonatului dar în anumite situații poate să i-o diminueze considerabil. În ceea ce privește cea de-a doua întrebare, răspunsul cel mai frecvent dat seamănă cu primul: superiorul este moral responsabil pentru actul injust, chiar dacă subordonatul a fost agentul care l-a dus la îndeplinire.⁷⁰

De exemplu, nu de mult, în 1999, subordonații de la două instituții F.N.I. și C.E.C. au aflat, „din presă” (în fapt, din publicitate), despre „asocierea” instituțiilor lor. Urmarea a fost că, în aceste condiții, dat fiind enormul sentiment de certitudine pe care l-a dat C.E.C.-ul întotdeauna tuturor depunătorilor, numărul investitorilor s-a dublat în scurt timp, oamenii având, totodată, încredințarea că „banii lor sunt pe mâini bune”. Subordonații cel mai adesea au întărit această informație, deși unii dintre ei știau că „acordul n-a fost deplin”, în sensul că el a fost efectuat doar de directorul C.E.C. și nu, așa cum prevedea legea, de Consiliul de Administrație prin consultarea prealabilă a Adunării Generale a Acționarilor. În ultimă instanță, este evident că vinovăția principală, și legală și morală cade mai întâi asupra directorului C.E.C. și a celui ce-a patronat F.N.I.-ul. Nu pot fi absolviți, mai apoi, de răspundere nici acei subordonați care au știut de incompletitudinea juridică a actului pentru că, pe de o parte, n-au făcut public viciul de formă și, pe de altă parte, pentru că, prin această omisiune au contribuit și ei la înșelarea investitorilor. Evident că subordonații care n-au știut nimic din toate acestea, nu pot fi făcuți moralmente răspunzători de tot ceea ce s-a întâmplat ulterior: pierderea în cea mai mare măsură de către investitori a sumelor depuse.

*

*

*

În avizate perspective teoretice și aplicate asupra *responsabilității corporațiilor* (Jeffrey Olen și Vincent Barry)⁷¹ se consideră, pe bună dreptate, că însăși definiția corporației poate fi un bun punct de plecare pentru a sesiza multitudinea de semnificații ale acestui concept. Potrivit acestor autori, o corporație este o organizație deținută de acționarii săi – indivizi sau alte organizații – care contribuie cu capital la corporație în schimbul acțiunilor (posesie parțială) companiei; în cele mai multe cazuri, cumpărătorii de acțiuni din corporații sunt, în principal, interesați de valoarea investiției pe termen scurt sau lung, adică ei urmăresc să vândă acțiunile lor cu profit sau să țină acțiunile în speranța că valoarea lor va crește peste o perioadă de timp. În fapt, „puțini sunt interesați să controleze activitățile corporației și cu toate că acționarii sunt deținătorii corporației, controlul lor asupra acesteia este *indirect*; ei votează pentru directorii de companie (numărul de voturi pentru fiecare acționar fiind în funcție de numărul de acțiuni posedate) care numesc șefii organizației, iar aceștia, la rândul lor, împreună cu managerii sunt răspunzători pentru activitățile zilnice ale corporației. Deși acționarii au ocazia să voteze pe marginea altor probleme din când în când, cei mai mulți distribuie voturile lor prin *reprezentare* directorilor. Cu toate acestea, directorii și managerii sunt cei ce rămân responsabili față de acționari.”⁷² Într-un fel, ca și în teoria reprezentării politice⁷³ unde se acceptă de foarte mult timp că reprezentanții au obligații (răspunderi specifice) față de alegători, și-n acest caz se poate admite, similar, că reprezentanții corporației sau companiei sunt responsabili față de acționari. Oricum, această analogie se poate extinde cu certitudine asupra obligației, în ambele cazuri, de a respecta legea: corporațiile, prin reprezentanții lor ca persoane juridice, au *îndatoriri legale*, iar reprezentanții vieții politice trebuie și ei, în primul rând, să se supună strict legilor. Și în lumea afacerilor, și în cea politică⁷⁴ mizele implicate pot fi foarte mari și tocmai de aceea și

reprezentanții companiilor și reprezentanții politici se bucură de protecția totală a legii; așadar, și unii și alții trebuie să *respecte legea*. Astfel, corporațiile au *obligatia* de a proteja investițiile acționarilor (ceea ce înseamnă a se implica în profituri, acțiuni pe piață, reinvestiții, bunuri ale corporației și tot ceea ce poate afecta valoarea pieței de acțiuni), adică au *responsabilitatea legală* de a păstra și administra cu bună credință aceste investiții.

Corporațiile pot fi *responsabilizate* în modul cel mai adecvat prin *lege*, susțin destul de mulți analiști. În același timp însă, chiar un profesor de drept, Christopher Stone, a demonstrat că există *limite* cu privire la ceea ce poate să facă legea în această privință. În acest sens, el a oferit trei argumente semnificative. *Primul*: multe legi, cum ar fi cele referitoare la depozitarea deșeurilor toxice, ajung să fie acceptate de abia după ce s-a ajuns la un anumit nivel de îngrijorare generală asupra acestor fenomene și numai după ce au avut loc consecințe dezastruoase evidente. *Al doilea*: formularea unor legi adecvate și crearea unor reglementări eficiente sunt procese dificile; este greu să fie obținut consensul asupra *faptelor semnificative*, să se determine toate remediile și să se decidă cum anume trebuie soluționate legal valorile aflate în conflict. În plus, arată Christopher Stone, sistemul politic oferă corporațiilor și susținătorilor lor care fac lobby un rol activ în conceperea legilor; de asemenea, și pentru reglementare și pentru interpretarea cotidiană a legii sunt necesari experții guvernamentali și industriali care au și ei un program de lucru limitat și care trebuie să se bazeze pe colaborarea și sprijinul celor pe care îi guvernează. *Al treilea argument*: votarea unei legi și intrarea ei în vigoare este, nu arareori, dificilă; de asemenea, acțiunile legale împotriva corporațiilor sunt costisitoare și trenează uneori ani întregi și, de multe ori, procesul judiciar propriu-zis devine un instrument de manipulare a unor interese și a unor afaceri complexe; oricum, apelul la tribunal poate fi uneori contraproductiv, iar beneficiul obținut să nu merite

cheltuielile; în plus, apariția la tribunal poate însemna creșterea neîncrederii partenerilor de afaceri, distrugeri sau pierderi de documente ș.a.m.d. În concluzie, se afirmă că devine tot mai clar că „legea nu poate face totul singură“ după cum se pare că a câștigat destul de mult ideea că n-ar fi *de dorit* un sistem în care oamenii de afaceri ar considera că singura lor obligație ar fi să obțină profit supunându-se legii și că, în rest, ar fi permis din punct de vedere moral să facă orice *nu* este ilegal: mai mult, „cu o asemenea convingere dezastrul pânđește după colț“.

x Dacă în ceea ce privește responsabilitatea companiilor de a respecta legea nu există, în genere, controverse, în schimb, asupra *semnificației* conceptului de responsabilitate socială a corporațiilor discuțiile s-au centrat asupra a ceea ce s-a numit *viziunea îngustă și viziunea largă* (Jeffrey Olen, Vincent Barry)⁷⁵. Astfel, potrivit unei viziuni restrânse, înguste, responsabilitatea socială a corporațiilor s-ar limita doar la două îndatoriri: 1. *față de lege* și 2. *față de investitori* („să facă bani pentru acționarii lor“)⁷⁶.

Părintele contemporan al *viziunii înguste* este considerat unanim a fi Milton Friedman,⁷⁷ dar linia de argumentare a celor ce susțin o atare perspectivă îi invocă, deloc întâmplător, pe Adam Smith⁷⁸ și chiar pe utilitaristul Mill.⁷⁹ Argumentul lui Friedman (și a celor ce adoptă explicit această viziune) pentru ideea *responsabilitatea socială a afacerii este aceea de a crește profiturile sale* este, în formă concisă, următorul: a) dacă directorii corporațiilor pretind că au o responsabilitate socială dar își exercită această sarcină pe banii rezultați din profitul acționarilor, ei, în fond, își neglijează obligațiile pe care le au față de acționari și își asumă un rol de „guvern“ pe care n-au dreptul să și-l asume; b) a conferi un sens larg ideii de responsabilitate socială în afaceri este sinonim cu a sprijini și întări „doctrina socialistă“ în fapt, o „doctrină fundamental subversivă“ care „nu diferă ca viziune de cea mai explicit colectivistă doctrină“, iar dacă are impresia că diferă, atunci ea este „diferită numai prin

crediința cultivată că scopurile colectiviste pot fi atinse fără mijloace colectiviste“; c) prin urmare, dacă directorii de companii care fac afaceri cred că este în interesul economic al firmei lor să atace anumite probleme sociale, ei ar putea să facă acest lucru, dar nu ar trebui deloc să-și *justifice* aceste acțiuni pretinzând că „au o responsabilitate în acest sens“; aceasta ar însemna o interferență necorespunzătoare cu „rolul economic legitim al corporațiilor“, asume acela „de-a crește profiturile sale“⁸⁰. Aceste argumente sunt completate și întărite cu altele din care cele mai frecvent evocate sunt: a) deși au, incontestabil, *personalitate juridică*, corporațiile *nu au neapărat prin această și personalitate morală*; ele sunt, în fapt, nimic altceva decât „creații artificiale ale sistemului legal“; înseamnă că, *stricto sensu*, o corporație are responsabilități legale, pentru că ea este, potrivit legii, creată pentru anumite scopuri și îi este interzis să se angajeze în anumite tipuri de activități; dar, atâta timp cât ea nu are personalitate morală în sensul deplin al termenului (de subiect unic, conștient, liber și responsabil pentru actele sale) nu se poate vorbi de companie ca având „obligații morale“; b) chiar dacă se admite că directorii și managerii companiei au responsabilități morale care se întind dincolo de cele legale, trebuie *separate* responsabilitățile lor morale în calitate de indivizi particulari de responsabilitățile lor morale ca șefi ai companiei; ca indivizi particulari, în afara biroului, ei au aceleași obligații de ordin moral ca toți ceilalți oameni; la birou însă ei sunt agenți ai acționarilor companiei, cu îndatorirea principală de a proteja investițiile acestora; *dacă vor să dea cuiva*, n-au decât, scoțând din buzunarul lor, dar *n-au dreptul* să pericliteze banii acționarilor“⁸¹, prin măsuri, de pildă, de protecția mediului, dacă aceste măsuri *nu sunt cerute în mod expres și imperativ de lege*.

Se vede destul de ușor faptul că apărătorii viziunii înguste asupra responsabilității corporațiilor își întemeiază argumentația plecând, pe de o parte, de la anumite presupoziii despre natura și

scopurile corporațiilor și, pe de altă parte, bazându-se pe o teorie economică specială.⁸²

William H. Shaw și Vincent Barry în *Moral Issues in Business* (1992) consideră că împotriva acestei lărgiri a semnificației⁸³ s-au adus, în fapt, patru argumente: 1) argumentul „mâinii invizibile”; 2) argumentul „mâinii guvernului”; 3) argumentul „custodelui incapabil (inapt)”; 4) argumentul „materializării societății”. Primul este invocat de Milton Friedman și este sinonim cu ideea de „vicii private, beneficii publice”. Cel de-al doilea argument este susținut, printre alții, de John Kenneth Galbraith în următorii termeni: a) „mâna invizibilă” a lui Adam Smith nu are efectul de moralizare a activităților corporațiilor”; dimpotrivă, se avertizează, lăsate în voia lor, corporațiile se vor îmbogăți în timp și vor împovăra societatea: vor polua, vor permite inegalități, îi vor nemulțumi pe clienți, vor lupta pentru eliminarea concurenței, vor folosi chiar propriile averi pentru a-i intimida pe legiuitori în scopul de a obține legi care să-i favorizeze pe ei și nu pe alții; companiile vor proceda astfel fiindcă sunt, în mod special, motivate de menținerea profitului; b) în locul „mâinii invizibile” a pieței, *reglementările guvernamentale* sunt cele care vor tinde să „controleze apetitul natural și insațiabil al corporațiilor pentru profit”; înseamnă că, în fapt, a adopta poziția „mâna guvernului” este o „cale ocolită” prin care guvernul „se strecoară în interiorul corporației”; c) guvernul însă nu poate să controleze decât *cele mai vizibile* manifestări de imoralitate, în timp ce, cu siguranță, o mulțime de activități ale corporației îi pot fi ascunse acestuia „în labirintul structurii corporației”; în plus, neavând o *cunoaștere completă* cu privire la obiectivele corporației, guvernul nu poate *anticipa* elementele morale din activitatea corporației; tot ceea ce ar putea impune ar fi un anumit comportament moral, valabil însă numai pentru „probleme exterioare”, (cu efecte ample, cum ar fi mita, fixarea prețurilor, competiția neloială etc.); d) guvernul cu

dorita lui mână vizibilă puternică nu este un supraveghetor credibil al moralității și pentru simplul fapt că funcționarii publici și guvernamentali nu sunt o „quintesență de moralitate și virtute”; e) dacă guvernul este considerat ca „o altă organizație”, se constată că el prezintă multe din caracteristicile structurale ale comportamentului moral din interiorul corporațiilor; mai mult chiar, „ne putem întreba dacă nu cumva funcționarii guvernamentali vor face chiar mai mult decât să impună sistemele de valori ale celor mai generoși finanțatori ai lor”; iar de vreme ce „corporațiile sunt cele mai influente, ne putem oare aștepta ca politicienii să muște mâna care-i hrănește?”⁸⁴, conchide acest raționament (excelent sintetizat de cei doi autori ai cărții *Probleme morale în afaceri*). Înseamnă că există două concepții opuse cu privire la localizarea forței morale: una face apel la *mâna invizibilă a pieței*, cealaltă la *mâna vizibilă a guvernului*; dar ambele sunt de acord că responsabilitatea socială a corporațiilor n-ar trebui extinsă.

Potrivit aceluiași autori, unii sunt împotriva ideii de a spori responsabilitatea corporațiilor pentru că managerii corporației sunt lipsiți de o *veritabilă competență* în problemele de ordin social și moral, ei fiind capabili, în primul rând, să ia *doar* decizii economice; în acest sens, a-i obliga să-și asume responsabilități noneconomice ar însemna să plasăm bunăstarea socială în mâna unor „custozi incapabili (inapți)”. Întrebările care se pun însă de cei ce susțin lărgirea responsabilității sunt de tipul următor: chiar dacă este adevărat că uneori managerii corporațiilor n-au o experiență morală pe care o responsabilitate crescută a corporațiilor ar pretinde-o de la ei, la fel de adevărat este faptul că același lucru se poate spune și despre mulți alți oameni din diverse alte organizații, care nu sunt nici ei pregătiți ca eticieni profesioniști; nu rezultă, în plus, deloc că dacă cineva e medic sau profesor, acesta n-ar avea și alte obligații și *alte* responsabilități, *dincolo* de cele „restrânse”, pentru că ei sunt, în același timp, și

cetățeni, și membrii ai comunității, și părinți etc. *Mutatis mutandis*, același lucru se poate spune și despre manageri.

În fine, al patrulea contra-argument se leagă de *teama* că managerii, aflați în postura de a se putea abate de la aspectele economice, n-ar face aceasta orientându-se neapărat spre motivații „pur“ morale și sociale, ci vor tinde, destul de probabil, să-și impună, *să-și materializeze propriile interese*, scopuri și valori în societate, „instrumentalizând“ de fapt întreaga societate. Astfel, încercarea de lărgire a responsabilității va „materializa“ și „instrumentaliza“ societatea în loc să „moralizeze“ activitatea corporațiilor (Theodore Levitt)⁸⁵.

Cei ce propun și susțin o *viziune mai amplă* asupra responsabilității țin seama, în primul rând, de problemele *sociale* (șomaj, zone defavorizate, schimbarea modelelor în privința forței de muncă) și *ecologice* (poluarea și efectul de seră etc.) ivite în lumea de azi, și care, în opinia lor, nu pot fi soluționate decât prin atribuirea unor responsabilități sporite corporațiilor. În fapt, în prima viziune, cea restrânsă, nu sunt negate problemele sociale, dar în acest caz se consideră că n-ar trebui ca nici o corporație să-și asume „sarcini sociale pe cheltuiala investitorilor“, a acționarilor, în genere. În schimb, apărătorii viziunii mai largi argumentează că, în fapt, corporațiile trebuie să accepte *să răspundă* pentru probleme pe care chiar ele le-au generat; dintre care distrugerea mediului natural este cea mai evidentă. Înseamnă că prin activitatea lor corporațiile au produs anumite efecte și, prin urmare, ele nu pot fi exonerate de răspundere: dacă *efectele rele* există și dacă și ele însele, corporațiile, stau la baza producerii lor, responsabilitatea lor este clară și evidentă. La obiecția celor care apără linia îngustă (conform căreia a *ameliora* paguba sau stricăciunea înseamnă a *încălca obligațiile corporației față de acționarii săi*), cei ce susțin viziunea opusă (Christopher D. Sone, Norman E. Bowie, Thomas Donaldson) argumentează, în esență, astfel:⁸⁶ a) *nici o îndatorire*

nu este absolută; ori de câte ori ne obligăm față de o altă persoană, ar trebui să se înțeleagă de către toți cei interesați că există *limite morale* ale obligației; *astfel, dacă realizarea unei obligații implică un comportament imoral din partea noastră, atunci noi n-ar trebui s-o ducem la îndeplinire*; mai precis, în cazul obligațiilor unei corporații față de acționarii săi, înseamnă că aceasta are limite, restricții de ordin moral în privința a ceea ce poate să facă pentru a le maximiza acestora profiturile, iar aceste limite includ și nedistrugerea mediului și luarea în seamă a nevoilor și drepturilor fundamentale ale oamenilor: la viață, la libertate, la tratament egal; b) economia actuală nu mai este aceea a „competiției perfecte” în care funcționează „mâna invizibilă” a lui Adam Smith, ci, o economie dominată de companii uriașe, care are nevoie de piețe libere, nu de piețe care pun restricții și bariere; mai mult, cei mai mulți muncitori, specializați în profesii foarte înguste, cerute de producția modernă, atunci când o companie se reprofilează sau se restrânge, nu pot găsi, automat, o muncă și un salariu asemenea; o economie sănătoasă cere pregătirea lor, iar companiile sunt în cea mai bună postură să facă ele această recalificare; c) de asemenea, economiile multor comunități depind de companii particulare, iar dacă, de pildă, o uzină se închide, acest fapt poate să aibă efecte dramatice asupra situației economice a întregii comunități; d) în fapt, companiile n-ar trebui să fie gândite *numai* ca niște întreprinderi particulare; ele sunt autorizate de stat să funcționeze în limite legale și ele au în această postură destule beneficii asigurate de guvern sau de administrația locală, ca, de exemplu: beneficiază de reduceri de taxe pentru a se așeza în zone defavorizate; primesc diferite stimulente financiare cum ar fi reducerile de TVA etc.; înseamnă că *puterea* venită dinspre executiv, care este garantul binelui public, se poate exercita *în folosul* companiilor; e) în fine, înseamnă că, în ultimă instanță, companiile nu sunt numai „întreprinderi de făcut bani”; prin conexiunea lor cu puterea

executivă și administrativă, centrală sau locală, prin relația lor nemijlocită cu problemele sociale și economice ale comunităților, corporațiile sunt, într-un fel, *obligate să accepte* că „datorează publicului ceva în schimb fiindcă noi toți, nu numai acționarii, suntem, în acest sens larg, investitori în corporații”.⁸⁷

În orice caz, în etica aplicată la domeniul afacerilor s-a conturat acel mod de abordare de tip analitic, argumentativ prin care sunt puse față în față și argumentele *pro* și cele *contra* acceptării ideii de responsabilitate socială pentru corporații. Potrivit autorilor Jeffrey Olen și Vincent Barry argumentele *pentru* sunt reductibile la următoarele enunțuri: 1. ideea de responsabilitate socială a corporațiilor merge mână în mână cu ideea de *putere* pe care acestea o dețin; având putere, ele influențează (în *bine* sau în *rău*, în *folos* sau în *pagubă*) viața multor oameni și, cu cât puterea este mai mare, cu atât consecințele pot fi mai serioase și mai diverse; 2. corporațiile *nu* sunt entități autonome și independente; ele *datorează ceva* societății; 3. *nu* întreaga activitatea a corporațiilor aduce beneficii tuturor și ceea ce este dăunător prin funcționarea lor trebuie *corectat* sau *compensat*, într-un fel sau altul; 4. în ultimă analiză, a considera că *toate corporațiile au răspunderii sociale este chiar în interesul acestora*; ele trebuie să-și asume asemenea responsabilități nu neapărat din „considerente de caritate”, ci din *necesitate*: să poată funcționa economic sănătos, adecvat și pe termen lung.⁸⁸

Simetric, aceiași autori au construit tot patru argumente *împotriva* asocierii ideii de responsabilitate socială cu cea de corporație. Aceste argumente pot fi astfel sintetizate: 1. orice atașare a vreunei forme de responsabilitate socială a corporațiilor este nedreaptă față de acționari; 2. în fapt, orice accepție s-ar conferi ideii de responsabilitate socială a membrilor corporației, aceasta este un act de iresponsabilitate economică; 3. a cere, a solicita ca membrii corporației sau managerii acesteia să dea

dovadă de responsabilitate socială înseamnă a „schimba regulile jocului“, or, în regulile primare ale corporațiilor nu sunt prevăzute *alte* obligații decât cele referitoare „la buna funcționare în vederea obținerii profitului“; înseamnă că orice schimbare a regulilor jocului în timpul desfășurării lui ar aduce cu sine o nedreptate în plus; 4. în fine, nu avem cum să știm cum ar trebui să se comporte o corporație.⁸⁹

În acest context, merită să amintim puncte de vedere mai nuanțate asupra acestei chestiuni formulate, printre alții de Christopher D. Stone, Norman E. Bowie, Thomas Donaldson, Gilles Lipovetsky, Jean Moussé ș.a. *In The Social Control of Corporate Behavior*, Christopher D. Stone respinge patru argumente menite, îndeobște, să demonteze punctul de vedere larg asupra responsabilității corporațiilor: a) că managerii corporațiilor care-și exercită responsabilități sociale *ar încălca o promisiune* făcută acționarilor; b) că ei *ar încălca datoria lor* de agenți, de împuterniciți ai acționarilor; c) că exercitarea responsabilității sociale *ar viola rolul lor social normal*, și d) că ar fi în cel mai mare interes al societății ca ei *să nu-și exercite responsabilitatea socială*. Aceasta în primul rând. În al doilea rând, el argumentează că nu putem să ne bazăm în totalitate pe ideea conform căreia piața va influența singură corporațiile în așa fel încât acestea să acționeze de la sine în moduri avantajoase din punct de vedere social: „chiar în cazul ideal, piața nu este un remediu pentru toate problemele pe care le poate avea o societate cu actorii săi comerciali; dar ea joacă un rol general în alocarea resurselor, încurajând capitalul, munca și alți factori productivi să curgă în mod firesc spre aceste firme și spre acele industrii care le pot da apoi o întrebuintare socială benefică“.⁹⁰

În al treilea rând, Christopher D. Stone argumentează – după cum s-a arătat deja – că nici singure mecanismele legale nu sunt suficiente pentru a fi siguri că companiile vor acționa întotdeauna în moduri avantajoase din punct de vedere social. Prin urmare,

conchide el, este „nevoie de ceva mult mai mult“, adică de exercitarea unei responsabilități sociale de către corporații.

La rândul său, Norman Bowie consideră că afacerile au prin ele însele o *bază contractuală* și-l citează în acest sens pe Robert A. Dahl, cu un text critic la dresa poziției lui Friedman: „astăzi este absurd să privim corporația pur și simplu doar ca pe o întreprindere având unicul scop de a produce profit; noi, cetățenii, le dăm drepturi, puteri și privilegii speciale, protecție și beneficii, înțelegând că activitățile lor împlinesc anumite scopuri; corporațiile există numai pe măsură ce ele continuă să ne aducă foloase...; fiecare corporație ar trebui considerată ca o *întreprindere socială* a cărei existență și ale cărei decizii pot fi justificate numai atâta timp cât ea servește scopurile publice sau sociale“.⁹¹ Prin urmare, relația dintre afacere și societate este *contractuală*, implicând drepturi și obligații reciproce, care sunt, sau ar trebui să fie, admise explicit sau implicit. Astfel, corporația nu trebuie numai să aducă beneficii în mod exclusiv celor care o creează, ci ea trebuie să aducă folosesc și beneficii și celor care-i permit să funcționeze pe aceste baze, iar aceasta nu este decât „societatea ca întreg“. Iată argumentația lui Bowie: „moralitatea afacerii sau responsabilitatea pentru fiecare membru este determinată de *termenii contractului* cu societatea; corporația are acele obligații pe care societatea i le impune prin legile sale de înființare; acceptându-i legile, corporația acceptă acele constrângeri morale; a nu reuși să fii moral înseamnă, în acest caz, a viola principiile dreptății; corporația care încalcă regulile morale conținute sau implicate de legile sale se află în situația de a se preocupa de reguli și, apoi, de a le încălca; este, în fapt, o situație comparabilă cu a celui care face o promisiune pentru ca imediat să o încalce; o astfel de incorectitudine este nimic altceva decât un caz paradigmatic de injustiție sau imoralitate; corporația care se găsește în situația de a încălca înțelegerile pe care le-a făcut se află, practic, într-o situație vulnerabilă, deoarece ea

depinde, pentru a supraviețui, de *integritatea relațiilor contractuale* (s.n.): „corporația ar trebui să fie morală deoarece a fost de acord să fie astfel; și, oricum, care sunt obligațiile morale ale corporației se află specificat în *contractul însuși*”⁹² (s.n.).

Întrebarea la care se obligă să răspundă Bowie este, în această logică a demonstrației, următoarea: de ce ar trebui corporațiile să fie de acord să-și asume responsabilității sociale și de ce acestea ar reînnoi contractul cu societatea, mereu și mereu? El găsește trei motive: a) este, în primă și ultimă instanță, *în propriul interes* să-și atribuie responsabilități pentru că altfel ele nici n-ar putea fi, nici n-ar putea funcționa în societate; b) corporațiile contribuie într-un fel sau altul la problemele sociale, dar ele au datorită *contractului inițial* chiar obligații și răspunderi față de „societate ca întreg”; c) există resurse ale corporațiilor prin care se pot trata problemele sociale, iar aceste *resurse* sunt, în fapt, cele *generale*, cele *primare* oferite de societate prin structura ei, inerent contractuală. Mai explicit: este înțelept și este în interesul corporațiilor să-și rescrie contractul cu societatea și să-și accepte responsabilități sociale extinse pentru că altfel ar încălca chiar ceea ce s-a numit de către Keith Davis și Robert L. Blomstrom, *Legea de Fier a responsabilității: pe termen lung, în societate, cei care nu folosesc puterea într-un mod responsabil vor tinde să o piardă*⁹³ (s.n.).

În fine, aceeași problemă a responsabilității pentru fiecare membru al unei corporații văzută în contextul existenței unui contract social poate să primească și alte nuanțe interpretative și alte implicații teoretice sau practice. Astfel, Thomas Donaldson în *Corporations and Morality* (1982) nu consideră contractul social pentru afacere ca fiind un acord între corporații și societate; el mai degrabă îl gândește ca pe „un contract între indivizii care locuiesc într-o societate care nu are încă corporații”. Tipul acesta de raționament seamănă destul de mult cu ceea ce propusese înainte John Rawls prin conceptele de „societate de bază”,

„poziție originală” și „văl al ignoranței”. Astfel, Donaldson propune să ne întrebăm cu ce am fi de acord între noi înșine dacă ar fi să „pornim de la început”. Atunci ne-am întreba: *de ce* ar trebui să avem corporații? *ce* ar trebui să *ne așteptăm* ca ele să facă pentru noi? *ce nu* ar trebui să le permitem să facă? Răspunzând la aceste interogații, crede Donaldson, putem descoperi mai bine *cum ar trebui* să se poarte corporațiile în propria noastră societate. În fapt, arată el, așa cum organizațiile politico-statele *au propria lor justificare*, tot așa sunt și corporațiile, iar *contractul social-politic* este cel care asigură o cheie pentru înțelegerea contractului pentru afaceri; „dacă contractul politic servește ca justificare pentru existența statului, atunci contractul afacerii, judecând în același fel, ar trebui să servească drept justificare pentru existența corporației”.⁹⁴

6.4.1. Responsabilitate, profit și încredere

6.4.1.1. De la morala elementară a familiei la etica firmei

S-au imaginat mai multe *modele* de relații interumane care pot avea relevanță pentru etica pieței. Este celebră formulă lansată de Jaques Delors *a modelului total altruist* din relația părinți-copii. În acest caz relația se caracterizează prin *ajutor mutual, univoc, necondiționat și non-reciproc*. Viziunea paternalistă a indus, într-un fel, ideea că întreprinderile sunt în postura părinților care îi ajută pe angajați, clienți și beneficiari, fără să ceară – explicit și represiv sau coercitiv – *ceva* în schimb, adică *fără să condiționeze* acest ajutor. De asemenea, conform acestei perspective ideale, *ajutorul* este în cea mai mare măsură *univoc*, adică doar de la întreprindere spre angajați, beneficiari etc. Oricum însă, ultima caracteristică, *non-reciprocitatea*, nu se acoperă total cu viziunea paternalistă, pentru că, în cadrul acesteia, *partea care are nevoie de ajutor* trebuie și ea *să facă*

ceva: să dea dovadă de ascultare, de supunere și, evident, chiar de recunoștință.

6.4.1.2. De la *rotten kid* la *rotten firm* și de la încredere la responsabilitate

Un alt model, considerat „mai realist” este cel denumit, într-un articol devenit celebru (Becker, 1974) *rotten kid* care poate deveni *rotten firm*. Iată cum este modelat acest exemplu⁹⁵. *Rotten kid* (copilul stricat) *simulează altruismul* față de familie pentru a obține un venit suplimentar din partea tatălui. Mai exact, altruist, tatăl crede că se face și mai util transferându-i fiului un venit suplimentar. Atunci, fiul se vede pus în situația de a simula un altruism reciproc, împins doar de gândul de a-și atrage un folos personal. El face în așa fel încât sporește venitul sau importanța tatălui. În schimb, el primește din partea tatălui mai mult decât îi dă el. Căci el dă pentru a primi. Chiar dacă are o psihologie egoistă, fiul are o acțiune binevoitoare în scopul de a obține un câștig suplimentar.

S-a considerat că această teoremă este ușor de transpus în cazul întreprinderii. Astfel, întreprinderea simulează un comportament altruist sau responsabil față de salariații săi și/sau față de clienți sau mediul social, cu scopul de a-și spori profiturile. Ea poate, de pildă, să contribuie la reciclarea deșeurilor plătind o cotizație, poate utiliza materii prime mai puțin poluante etc., pentru a declanșa în ochii consumatorilor un semnal pozitiv în favoarea mediului și pentru a-i atrage. Întreprinderea urmărește să capteze pentru propriul interes o parte din piață, într-un mediu concurențial. După modelul *rotten kid*, *rotten firm* adoptă un comportament responsabil sau un *altruism strategic* pentru a realiza profituri mai mari.

Trecerea de la *rotten kid* la *rotten firm* poate fi astfel sugestiv modelată. Să considerăm, de pildă, o întreprindere

egoistă j care poate realiza o acțiune care reduce câștigul lui b , dar sporește bunăstarea consumatorului c . Inițial, j este în pierdere la b , pentru că nu beneficiază direct de profitul consumatorului. Întreprinderea ar putea atunci să reducă mai degrabă costurile, decât să facă o acțiune filantropică. Totuși, dacă $c = b$, iar consumatorul este gata să plătească mai scump produsele lui j , (dacă găsește că au o caracteristică suplimentară), atunci costul suplimentar b pentru j poate fi compensat din încasarea suplimentară c . *Acțiunea responsabilă nu este, în acest caz, antinomică cu profitul.* Dacă câștigul c este superior costului b , pentru că consumatorul este gata să plătească mult mai scump produsele lui j , dacă se dovedesc a fi specifice, întreprinderea j este în câștig și are *interesul strategic* să se arate *responsabilă* sau *binevoitoare* față de restul colectivității. Înseamnă că responsabilitatea este perfect compatibilă cu piața.

Interesant este faptul că, dacă Becker, cel ce-a sugerat acest model, admite însă că *altruismul este eficient în cadrul familial*, el presupune că acest tip de altruism este *incompatibil pe piață*. Mai mul, el se pronunță chiar asupra incompatibilității între rentabilitate și redistribuirea în folosul colectivității. Astfel, Becker notează că o firmă care, pentru rațiuni altruiste, hotărăște un regim preferențial pentru anumiți consumatori, antrenează o reducere a profitului cu o valoare care depășește valoarea monetară a câștigurilor realizate prin acești consumatori. Firma, la fel ca și consumatorii beneficiari, ar putea obține un mai mare folos dacă tuturor consumatorilor li s-ar propune același preț și dacă s-ar oferi daruri monetare consumatorilor ce trebuie favorizați.

S-a observat că acest argument se sprijină pe un caz particular, acela al firmei care se află în situație de monopol, care are capacitatea de a hotărî asupra prețului. Din compararea surplusurilor evidențiate de cele două strategii, Becker deduce o *superioritate a comportamentului egoist*, chiar, și mai ales, dacă

acesta permite, după maximizarea profitului, o redistribuire a unei părți din acest profit. Totuși, după cum observă Jérôme Ballet și Françoise de Bry, această demonstrație nu reflectă întru totul cadrul pieței și lasă deoparte cazurile în care caracteristicile produselor sunt cele care-i hotărăsc pe consumatori să le cumpere. Aceștia preferă, de exemplu, produsele care nu sunt poluante față de produsele poluante. În acest caz, este mai rentabil pentru întreprindere să se arate responsabilă și să investească în mediu, pentru a-și atrage clienții. Se poate concluziona atunci că *un anumit grad de altruism este eficient pe piață*.⁹⁶

6.5. Încredere și interes

Un alt *model implicit* pentru tema responsabilității în afaceri este cel care pleacă de la observația kantiană (în război și în afaceri trebuie să existe o *minimă încredere* în adversar, în concurent sau partener, altfel nu se poate încheia nici pacea⁹⁷ și nu se poate încheia nici o afacere), dar care a fost confirmat și de etologie prin Konrad Lorenz⁹⁸, I. Eibl-Eibesfeldt⁹⁹. După acești etologi, *lupta, conflictul, concurența feroce și nesfârșitele certuri în cadrul aceleiași specii sunt și împotriva naturii și sunt și nerentabile, inutile*. Oricum, este vorba de statutul deosebit pe care-l are, în genere, *încrederea* între oameni, și, în mod particular, de rolul pe care-l are *încrederea* în relațiile cu *părțile interesate*. Or relațiile de afaceri implică, pe de o parte, o minimă încredere și, pe de altă parte, încrederea se referă la părțile interesate: firmă, cumpărător, distribuitor, alți beneficiari (comunitatea sau, eventual, cei cu nevoi speciale etc.).

Redăm, în formă concentrată, poziția – formulată de Jérôme Ballet și Françoise de Bry în *L'entreprise et l'éthique* (2001) – asupra acestei chestiuni.

După acești autori *încrederea*¹⁰⁰ între diverșii agenți economici este dependentă de *informația disponibilă* și de *riscul* asociat comportamentului sau deciziei. Din pricina *absenței* de informație completă și a *existenței riscului* apar în mod *necesar* relațiile de încredere, relații care se dezvoltă ca mijloc de limitare a stării de incertitudine, și ca mijloc de reducere a costurilor verificării nesfârșite a informațiilor. *Asimetria informației*, caracteristică numeroaselor situații, de exemplu, între vânzător și client (Akerlof, 1970) atrage un dublu risc: pe de o parte, *riscul* de a lua o *decizie*, pe de altă parte, *riscul consecințelor unei decizii proaste* (Dubois și Jolibert, 1992). Oricum, s-a observat că pentru *reducerea surselor de incertitudine* consumatorul dispune de mai multe soluții (Roselius, 1971), printre care: a) *fidelitatea* față de marcă; b) *recurgerea la o marcă cu imagine pozitivă*; c) *eșantionul*; d) *garanția rambursării în caz de nemulțumire*; e) *compararea punctelor de vânzare*; *reputația unui punct de vânzare*; g) *cumpărarea unei game întregi*; h) *părerea lumii*. Nilles (1998) adaugă acestui ansamblu de soluții: a) *calitatea discuției* cu vânzătorul și b) *observarea eticii vânzătorului*.

În orice caz, până la evidențierea importanței *fenomenului de încredere* pentru *părțile interesate* este oportun să definim *conceptul* de încredere. Oricum, literatura economică contemporană ține tot mai mult cont de *noțiunea de încredere*. Dintre numeroasele definiții poate fi aleasă cea a lui Bidault și Jarillo (1995), pentru care încrederea este *presupunerea că, în situații de incertitudine, cealaltă parte va acționa, chiar în cazul situațiilor neprevăzute, în funcție de regulile de comportament pe care noi le vom considera acceptabile*.¹⁰¹ Încrederea este, deci, o noțiune legată de relațiile dintre agenți. Relațiile sunt stabilite aici ca modalități de funcționare diferite de *interesul individual*. În fapt, încrederea este o cale de acces înspre valori, în sensul că, dacă acceptăm un anumit set de valori, atunci nu se poate ca acestora să nu le fie atașată o anumită încredere care nu mai are

alte justificări „în spate“. De asemenea, este important să vedem că încrederea este *opusă* oportunismului. Totuși, ca orice interacțiune între agenți, ea nu suprimă toate riscurile asociate relațiilor. În acest sens, se consideră (Breton și Wintrobe, 1982) încrederea ca un factor de reducere a incertitudinilor în sânul organizațiilor. Într-un sens mai general, *încrederea poate fi definită ca fiind creșterea consimțită a vulnerabilității la riscul comportamentului oportunist din partea partenerului în cadrul schimbului, într-o situație în care costul suportat în cazul trădării sau lipsei de fermitate este superior câștigului rezultat din loialitate*. Într-un mod similar, Bradach și Eccles (1989), Frank (1993), Orbell, Dawes și Schwartz-Shea (1994) *interpretează încrederea pornind de la anticiparea faptului că partenerul nu se va comporta în mod oportunist nici chiar dacă ar avea un avantaj*.

În 1974, în lucrarea intitulată *The Limits of Organizations*, K.J. Arrow făcea din încredere o formă de *instituție invizibilă* care putea fi considerată la fel ca regulile de drept sau ca principiile etice. Spre deosebire de Arrow, Williamson (1993), în lucrarea sa *Calculativeness, Trust and Economic Organisation*, consideră că noțiunea de încredere este *inutilă*. După el, principiul de acțiune al agenților economici este conținut doar în structura intereselor personale. Și, după cum subliniază Orlean (1994), dacă încrederea decurge din calculul rațional al intereselor reciproce, ea nu este o modalitate specifică între agenți și, deci, nu adaugă nimic la înțelegerea deciziilor luate de agenți. Singurul său rol în acest caz este de „a descrie sentimentul de securitate psihologică ce însoțește această alegere“. Deciziile rămân fondate pe câștigurile și riscurile asociate diverselor oportunități. În aceste condiții, noțiunea de încredere poate să ajute la înțelegerea unui mic număr de fenomene. Ea este limitată la acele situații în care interesul nu joacă decât un rol minor. Williamson recurge atunci la conceptul de *personal trust*,

caracteristic relațiilor specifice membrilor unei aceleiași familii, relațiilor dintre prieteni sau între amanți. Analiza economică a familiei (Becker, 1981) pare a avea tendința să considere că încrederea nici nu e necesară într-un cadru restrâns, pentru că în acest domeniu, ca și în altele, rolul intereselor personale este la fel de important pentru toți.

Totuși, pentru Orléan (1994), *raportul de încredere* depășește simplele relații bazate pe *interese*. Raportul de încredere reprezintă stabilirea unei legături în cadrul căreia un agent economic X încearcă să evalueze la un alt agent economic Y calitatea intrinsecă a lui Y. Nu se pune, deci, problema unei simple *relații de utilitate* sau a unei relații *cantitative*. Și Orléan face apel la Emile Durkheim, semnalând că noțiunea de încredere se înrudește la acest autor cu resorturile *cooperării* și se referă la *abnegație* și la *spiritul de sacrificiu*. Cu alte cuvinte, cooperarea între X și Y s-ar baza pe *legături morale*, iar încrederea n-ar fi decât o variantă a acestora.

Tot așa, pentru Servet (1994) *încrederea* se prezintă precum *credința* sau precum *evaluarea pozitivă a capacității de a respecta un angajament*. Legătura de încredere s-ar sprijini pe trei elemente fundamentale, a căror cheie ar fi *reciprocitatea*: a) *credința*; b) elementele de *validare* și de *dovadă a cuvântului dat* și c) *memoria*. Dacă aceste trei elemente întemeiază încrederea, originea ei este strâns legată de credință, iar transparența dintre agenți și acțiunile lor permit menținerea încrederii. Oricum, *încrederea ar fi imposibilă fără informație, și nulă, dacă informația ar fi perfectă și totală*.

Duluc (2000) stabilește *pârghiile încrederii* sau mijloacele de acțiune bazată pe încredere în cadrul întreprinderii. El distinge trei forme de pârghii, corespunzând destul de clar principiilor etice sau virtuților (vezi tabelul de mai jos).

Tabelul 1

Pârghiile încrederii¹⁰²

Pârghiile organizaționale	Pârghiile personale	Pârghiile relaționale
Când organizarea creează un climat de...	Persoanele dezvoltă atitudini și comportamente de...	Relațiile în organizație se dezvoltă cu...
Participare	Prezență	Dinamism
Responsabilizare	Determinare personală	Maturitate
Deschidere	Conștiință de sine	Onestitate
Recunoaștere	Importanță	Punere în valoare
Recompensă	Competență	Cooperare
Umanism	Simpatie	Amabilitate

În etica managerială și în cea a afacerilor au fost elaborate diferite accepții ale încrederii. Astfel, de exemplu, Allouche și Amann (1998) disting trei forme de încredere în cadrul gestiunii întreprinderilor: A) Încrederea între conducători care, dacă e apropiată de mediul familial, este vecină cu noțiunea admisă de Williamson: *personal trust*; B) Încrederea între conducător (sau conducători) și salariați, calificată drept *încredere intra*; C) Încrederea între organizație și mediu, calificată drept *încredere inter*. *Încrederea inter* reprezintă nivelul esențial al logicii cooperative. Manifestarea principală a acestei forme de încredere este evaluată ca fiind *reducerea oportunismului*. Servet (1994) face distincție între *încrederea orizontală* și cea *verticală*. *Încrederea orizontală* este o relație între persoane sau entități care au statute sau profesii *similare*, fie în aceeași unitate de producție, fie în unități de producție diferite. *Încrederea verticală* este fondată pe o relație ierarhică în cadrul organizației.

Dar, dincolo de definiții și de tipologii, încrederea poate fi asociată unor *efecte* de mai multe feluri. Iar efectele, consecințele au întotdeauna o dimensiune și o semnificație morală inerente.

6.5.1. Efectele încrederii și părțile interesate

Există mai multe forme ale relațiilor de încredere. Fiecare corespunde unei relații cu un grup de persoane sau cu persoane ce formează *părțile interesate*. Putem evidenția trei efecte principale, mai mult sau mai puțin legate de *grupul părților interesate*: a) efectul de *intendență*; b) efectul de *loialitate* și c) efectul de *reputație*.

a) Efectul de intendență

Acest efect asociază *încrederea* unei *atitudini* (Hirigoyen, Pichard-Stamford, 1998) și se aplică în special analizei relațiilor între întreprindere și acționari. Directorul întreprinderii dorește să fie „intendentul/administratorul eficace”. El se îndepărtează de tentațiile oportuniste și încearcă să fie cât mai eficace în gestiunea activelor firmei (Donaldson și Davis, 1991). Acest efect se asociază premiselor psihologiei și sociologiei organizaționale ale lui MacClelland (1961) și Herzberg (1959). Această teorie leagă satisfacția unui individ de maximalizarea performanțelor întreprinderii, capabile să-i asigure recunoașterea din partea superiorilor și a egalilor lui. Astfel, în mod contrar relațiilor obișnuite între „capital-agent”, care se interesează de modul de control al capitalului asupra agentului, într-o asimetrie a informației, relațiile dintre acționari și manageri nu mai sunt antagonice. Dimpotrivă, performanța firmei va fi dependentă de *gradul de libertate* în cadrul organizației pe care îl acordă acționarii conducătorilor. Se consideră astfel că un grad de libertate larg duce la armonizarea intereselor dintre capital și agent.

b) Efectul de loialitate

Eticienii sunt, în genere, de acord cu ceea ce bunul simț, ca și cercetările psihologice sau etologice au stabilit: că *încrederea generează loialitate*.

Astfel, este deja celebră distincția operată de Hirshmann¹⁰³ (1970) între *exist*, *voice* și *loyalty*. El se referea la cele trei soluții pe care le au oamenii pentru a-și exprima preferințele prin vot. Prima variabilă, *respingerea* înseamnă și „votul anapoda” (Tiebont, 1956); cea de-a doua este sinonimă, prin atitudinea explicită de a-ți manifesta *dezacordul* („a-ți face auzită vocea”), iar cea de-a treia soluție este *loialitatea*, *încrederea în ales*. Într-o oarecare măsură această schemă poate fi aplicată și în cazul eticii manageriale, în etica întreprinderii și în cea a afacerilor. Astfel, de pildă, în marketing, *încrederea* este considerată ca fiind una din variabilele *fidelității* și ale *loialității consumatorilor* (Anderson și Welz, 1989; Daney și Cannon, 1997; Ganezan, 1994; Morgan și Hunt, 1994). Situația reală în acest caz este, în esență, următoarea: pentru a-și face o idee despre ceea ce *i-ar conveni*, consumatorul poate, pe de-o parte, *să caute informații* sau *să experimenteze produsul*. Oricum, din partea sa, firma va lansa informații sub formă de reclamă, iar mărcile vor fi identificate cu imaginea publicitară care e vehiculată. Efectul loialității poate fi strâns legat de anumite *părți interesate*, precum consumatorii, dar și de furnizori. Acest efect de loialitate se poate pierde însă cu ușurință dacă *încrederea* nu este satisfăcută. De exemplu, un articol din ziarul „Le Monde” din 28 ianuarie 2000 nota că pentru Servet dezvoltarea produsului „hard discount” se identifica în mod simptomatic cu o pierdere a *încrederii*. În acest sens, succesul produselor fără marcă ar fi un indicator al acestei pierderi de încredere. Consumatorul nu mai cumpără un produs în funcție de marcă și refuză să plătească o diferență de calitate. Reculul mărcii comerciale poate însemna deci perfectă reflectare a respingerii întreprinderii și a suspiciunii privitoare la relațiile economice durabile. Loialitatea față de o marcă dispare în felul acesta, pentru că marca nu mai inspiră *încrederea* pe care se presupunea că o reflectă.

Oricum, atunci când *respingerile* sunt numeroase, iar *dezacordurile* se traduc în „auzirea vocii nemulțumite“, atunci este de presupus că *loialitatea* (fidelitatea) față de firmă sau față de produs se va afla în scădere.

c) *Efectul reputației*

Încrederea nu este sinonimă cu *reputația* și, dacă primul concept este mai larg decât al doilea, acesta din urmă poate participa la instaurarea unei legături de încredere. Se știe, oricum, că o bună reputație pe termen lung întărește încrederea și astfel tranzacțiile devin tot mai durabile și stabile.

Se înțelege că reputația poate fi dobândită și păstrată datorită investițiilor în publicitate, marketing etc. Experiența și bunul simț arată însă că aceasta se petrece mai ales prin respectarea cuvântului și angajamentului anunțat. În lucrările autorilor Breton și Wintrobe (1986), *încrederea se sprijină pe reputația relațiilor bilaterale și pe faptul că agenții se tem de sancțiuni dacă nu-și respectă angajamentele*. În felul acesta încrederea este ușor asociată reputației și este concepută ca un capital acumulat, pe care agenții se străduiesc să-l amelioreze și să-l prezerve.

Acest capital „reputațional“ poate produce două semnale:

– Un prim semnal leagă reputația de *credibilitate* (Barro și Gordon, 1983). Este vorba de faptul că efectul reputației atrage credibilitatea, care poate fi asociată încrederii.

– Un al doilea semnal asociază reputația unui ansamblu lărgit de actori. Nu numai cei care sunt angajați în tranzacții cu firma își pot menține relațiile într-un mod durabil și stabil, dar și cei care nu sunt angajați în tranzacții percep semnalul și sunt incitați să se angajeze și ei.

În felul acesta, legătura dintre încredere și reputație permite stabilirea unui *cerc virtuos* în care capitalul relațional acumulat se întărește mereu și mereu, aduce satisfacții părților angajate în tranzacții și face mai puternică încrederea dintre parteneri. În

felul acesta, încrederea, prin durabilitatea relațiilor instaurate între firmă și părțile interesate, poate participa atât la constituirea profitului cât și la creșterea sentimentului de responsabilitate.

6.6. Profitul și acțiunea morală

S-a observat adesea, cel puțin în ultimul timp, că dacă ideea unei etici a pieței este apărută și considerată necesară, totuși, nu de puține ori, ea este privită ca nerealistă și chiar imposibil de realizat. Argumentul este relativ simplu. Dacă doar un singur întreprinzător decide să acționeze etic atunci costurile suplimentare pe care el trebuie să le suporte l-ar descalifica în lupta concurențială și l-ar elimina din competiție de pe piață. Aceasta pe de o parte. Pe de altă parte, dacă acțiunea etică *costă*, atunci ea trebuie gândită în cadrul *teoremei excluderii cheltuielii* (Waste-Preclusion Theorem). În acest sens, Baumol¹⁰⁴ (1990) arată că, în fond, *orice calcul se face, până la urmă trebuie exclusă orice cheltuială care, pe parcurs, nu atrage după sine o reducere a costului și, prin urmare, o creștere a profitului*. Această teoremă pornește de la ipoteza rivalității dintre întreprinderi. Orice decizie care atrage după sine risipa, cheltuielile inutile, ar situa firma într-o situație dezavantajoasă în cadrul competitivității și ar elimina-o de pe piață în condiții de concurență. Totuși, așa după cum subliniază Baumol, *activitățile caritabile sunt posibile, dacă reușesc să contribuie la ameliorarea profitului, astfel încât cheltuielile aferente acestor acte să nu fie considerate drept risipă*.

În aceeași ordine de idei, Briefs (1920) a propus conceptul de „*morală limită descrescătoare*“, termen reluat în anii '80 de Brennan și Buchanan (1985), sub titlul de *Gresham's Law Politics*, exprimând ideea că *un comportament greșit îl poate scoate chiar și pe cel bun din competiția de pe piață* (este vorba, evident, de

trimiterea acestor doi autori la *Legea lui Gresham*, conform căreia „moneda proastă o elimină pe cea bună“).

Morala-limită înseamnă comportamentul *cel mai de jos socialmente tolerat* sau limita morală a compartimentului general acceptat și practicat.¹⁰⁵ Când această morală limită coboară mai jos, din cauza sporirii practicilor imorale, individul sau întreprinderea sunt constrânși să facă același lucru, adică să adopte același comportament, din cauza presiunii exterioare, precum concurența. Dacă morala-limită coboară mereu, înseamnă că aceasta se petrece sub presiunea concurenței, care o împinge către suprimarea oricărei acțiuni etice, în vreme ce *responsabilitatea devine tot mai puțin compatibilă*, în sensul imposibilității întreprinderii de a face față financiar situației concurențiale.

Dacă discutăm numai în cadrul pieței, atunci etica nu este posibilă decât dacă toate întreprinderile adoptă același comportament, ceea ce ar însemna că este vorba de o responsabilitate colectivă. În acest caz, nu s-ar pune problema nici unei responsabilități individuale.

Totuși, așa cum scrie Koslowski (1998), această viziune asupra economiei de piață și a concurenței este *prea optimistă* în cazul eficacității concurenței și *prea pesimistă* în legătură cu costul acțiunii etice.

În fapt, comportamentul moral al unui întreprinzător poate avea diferite forme, dintre care unele nu implică cheltuieli suplimentare. Koslowski¹⁰⁶ pune în evidență patru astfel de categorii. Astfel, după acest autor, *prima* formă de comportament moral corespunde realizării unei activități *suplimentare* care antrenează cheltuieli private, dar din care toată lumea beneficiază. Este evident în cazul acesta că nu e vorba de vreun *îndemn* la un comportament moral. Ne aflăm în clasică situație a bunurilor colective. Cea de *a doua* formă de comportament se referă la

activitățile suplimentare care nu antrenează cheltuieli din punct de vedere contabil, dar al căror beneficiu poate fi apreciat din afara sau din interiorul întreprinderii. Este vorba de o etică *neutră* pe planul cheltuielilor, în care aflăm o sumedenie de lucruri pozitive ce se pot manifesta la adresa consumatorilor, a furnizorilor etc. Valoarea morală care poate fi evocată în acest caz este *onestitatea*. Costurile nu apar, iar beneficiile pot fi atinse individual sau colectiv. Se poate vorbi de *un îndemn la acțiunea etică* și nu există, în acest caz, vreo incompatibilitate cu piața. A *treia* formă de comportament moral după Koslowski constă în renunțarea la obținerea profiturilor suplimentare, realizate prin practici imorale, cum ar fi corupția, și care merg în întâmpinarea regulilor concurenței pure și perfecte. Este vorba aici de realizarea unei rente prin transgresarea funcționării pieței, ceea ce, fără nici o îndoială, se poate realiza atunci când etica și piața sunt compatibile. În schimb, întreprinderea poate avea o pierdere sau poate rata un câștig, dar, în același timp, poate înregistra și o creștere a bunăstării colective. În acest caz, nu este atât vorba de o palidă incitare la actul etic, dincolo de cerințele unei tranzacții ce are loc, cât de un slab îndemn de a nu transgresa regulile pieței.

În sfârșit, *a patra* formă de comportament moral este inversul celei precedente. Ea constă în suportarea costurilor de comportament conform pieței, în pofida celorlalți concurenți, care se dedau la practici ilicite și adoptă comportamente corupte. *Dacă există doar slabe îndemnuri la o atitudine morală, aceasta nu ajunge pentru a veni în întâmpinarea principiului de funcționare al pieței*. Dar, dimpotrivă, buna funcționare a pieței este asigurată de acțiunile etice.

De altfel, notează același autor, acțiunea etică nu se sprijină întotdeauna pe costuri și există și costuri indirecte, legate de *non-acțiunea etică*. Constatăm că atât în exteriorul, cât și în interiorul întreprinderii se dezvoltă *efecte secundare negative*, în absența oricărei etici. Totodată, nu pot să nu fie și efecte pozitive, dacă

etica se manifestă așa cum trebuie. „Practica etică scoate în evidență, în general, dezavantajele pe termen scurt, dar și avantaje pe termen lung, adică ceea ce este important, în fond, pentru întreprindere. Tot așa, dezavantajele pe termen lung trebuie luate în considerare în condițiile acțiunii non-etice. În cazul acesta nu mai avem o prea mare siguranță în faptul că acțiunea non-etică ar asigura perenitatea întreprinderilor. Ba chiar dimpotrivă, avem motive serioase să considerăm că încrederea care se stabilește o dată cu comportamentul etic lucrează în favoarea unei acțiuni etice pe termen lung”.¹⁰⁷

6.6.1. Profitul optim și comportamentul etic

Într-un fel, chiar ideea că profitul nu trebuie să fie neapărat *maxim*, ci *optim*, implică luarea în seamă, nu numai a factorilor economici, ci și a celor non-economiци: sentimente morale, atitudini sociale, interese comunitare sau general-umane. În fapt, nu avem de-a face doar cu omul în ipostaza lui de *homo oeconomicus*, ci și cu cele ce trimit la *zoom politikon*, sau *homo sapiens*, și, deloc în ultimul rând, la *homo moralis*.

Oricum, se știe că asupra unei firme (întreprindere sau companie) se exercită mai multe tipuri de presiuni și/sau influențe. Sunt, mai întâi presiunile *interne*, cele care vin din partea sindicatelor și a salariaților. Sunt, apoi, presiunile *externe* care se exercită din partea clienților, furnizorilor, acționarilor, a puterilor publice. Jérôme Ballet și Françoise de Bry consideră că dacă *modelul* spre care ar trebui să tindă afacerile este cel al „întreprinderii cetățenești”, atunci chiar oamenii în calitatea lor de *cetățeni* ar trebui incluși ca *principali actori ai influențelor* și presiunilor externe exercitate asupra oricărei firme de afaceri. Se înțelege că toate contribuie la modificarea politicilor firmei. Cei mai mulți autori, în ultimul timp, atât din spațiul francez, cât și din cel anglo-american se opresc asupra a două tipuri de presiuni:

a) cele ale *acționarilor* și b) cele *sociale*, adică „ce așteaptă cetățenii“. De exemplu, în cadrul presiunii sociale (*stakeholders*), firma poate acționa, de exemplu, în favoarea inserării celor mai puțin calificați și a celor mai puțin eficienți, în vreme ce acționarii pot face presiuni asupra managerilor, acționarilor (C.A.) pentru ameliorarea performanțelor de producție și, deci, pentru angajarea cu prioritate a persoanelor cu o înaltă calificare. Politica resurselor umane riscă în cazul acesta să fie parțial incoerentă.

Oricum, analiza presiunii sociale și a presiunii acționarilor se poate face într-un mod mai general, raportându-le la profit. Se poate presupune cu ușurință că mediul social își manifestă exigențele cu atât mai mult cu cât o firmă are profituri mai mari. În fapt, cu cât profiturile sunt mai ridicate, cu atât firma poate redistribui o parte din ele colectivității, fără consecințe nefaste asupra viitorului său. Se înțelege, astfel, că presiunea socială riscă să fie cu atât mai mare, cu cât profitul firmei este mai ridicat; și, invers, acționarii vor exercita o presiune cu atât mai mare, cu cât profitul va fi mai mic. De asemenea, când profitul crește, cresc și dividendele lor și ei se vor arăta mai puțin exigenți în materie de politică restrictivă.

Jérôme Ballet și Françoise de Bry arată că se poate imagina un nivel al profitului care să facă, în același timp, coerente politicile resurselor umane sub aceste două forme de presiuni. Este vorba de un *profit optim*, în sensul că el va asigura o coerență a politicilor deodată cu presiunile externe. Figura de mai jos (fig. 3) reprezintă relațiile dintre *presiuni* și *profit* și determinarea *profitului optim*. Există ipoteza că *presiunea acționarilor* poate să descrească o dată cu profitul, în vreme ce *presiunea socială* crește o dată cu profitul. Profitul optim va fi obținut în punctul P^* , ce corespunde intersecției diverselor forme de presiune. Ce înseamnă practic acest lucru? În primul rând că *firma nu se poate arăta nici prea generoasă, dar nici prea restrictivă, de pildă, în materie de recrutare, de resurse umane. În*

al doilea rând, nu se poate absolutiza o „rețetă” asupra modului în care se va stabili profitul optim. Aceiași autori insistă asupra unor argumente de natură să relativizeze răspunsul. *Mai întâi, s-a observat că întreprinderile care-și asumă explicit un nivel de responsabilitate socială nu obțin un profit mai mic decât celelalte.*

Astfel, încă Bowman și Haire (1975) au testat relația dintre *comportamentul responsabil și câștigurile întreprinderii*. Pornind de la o analiză a raporturilor anuale a 82 de firme din sectorul alimentar, ei stabilesc un *scor de responsabilitate socială* pentru fiecare firmă. Ei compară apoi aceste rezultate cu câștigurile obținute de întreprindere. Concluzia lor indică faptul că relația dintre *profit și responsabilitate* ia forma unui U inversat (cf. fig. 4).

În toate cazurile, adoptarea unui comportament etic nu implică un profit mai scăzut, pentru că 31 din firme, având un comportament etic, obțin un profit mediu mai ridicat (între 12,3% și 17,1%), față de celelalte 51, care au indicele de responsabilitate 0% (în medie 10,2%), în vreme ce, de la un anumit punct, profitul pare să scadă. Cu alte cuvinte, *câștigi când ești „bun”, dar nu trebuie să fii „prea bun”*. (Există mai multe argumente în acest domeniu care par încurajatoare, căci acționarii adoptă tot mai mult un comportament etic și investesc în plasamente etice.)

Mai recent, Berman, Wicks, Kota și Jones (1999) au testat relația dintre *performanța financiară și luarea în considerație a părților interesate*. Într-un prim model, acestea sunt considerate doar simple mijloace de ameliorare a performanțelor financiare, obiectivul final și unic al întreprinderii fiind acela de *a reuși pe piață*. În acest caz, întreprinderea vede în *părțile interesate* o parte din mijloacele ce trebuie asumate pentru a-și asigura profituri și pentru „a întoarce” mai mult către acționari. Acționarii sunt tratați ca un *scop în sine*, în vreme ce celelalte părți interesate sunt tratate ca *mijloace*. Într-un al doilea model, firma are un *angajament* față de părțile interesate și acest angajament

poate, la rândul său, să aducă un *câștig*. Dar profitul nu este scopul ultim, iar acționarii nu sunt considerați ca prioritari față de părțile interesate. În acest model toate grupurile sunt tratate în funcție de angajamentele morale și ca scopuri în sine față de aceste angajamente.

Pornind de la baza de date de la Kinder, Lydenberg, Domini și Company (KLD) au fost *testate* două modele. [Baza de date KLD reprezintă o aproximare a măsurii responsabilităților sociale ale întreprinderii. Ea a fost deja folosită de Graves și Waddock (1994, 1997)]. După cum se poate constata, rezultatele susțin *primul model*. O relație semnificativă apare pentru mai mulți interni (angajați, calitatea produselor etc.) între performanța financiară și strategia față de părțile interesate. Al *doilea model*, în schimb, nu pune în evidență nici o relație semnificativă. Performanța financiară a firmei este deci ameliorată în cazul în care părțile interesate, în afara acționarilor, *sunt tratate ca mijloace și nu ca scopuri*.

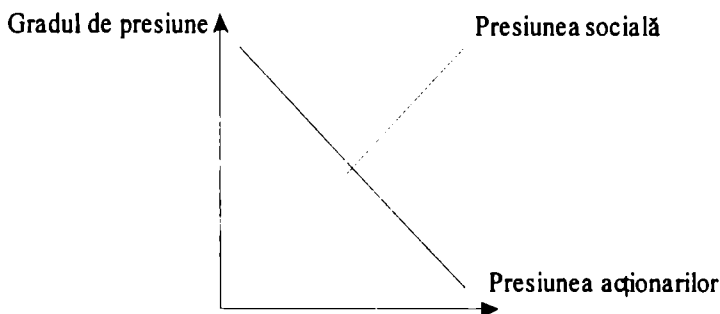


Figura 3 – Presiunile și profitul maxim

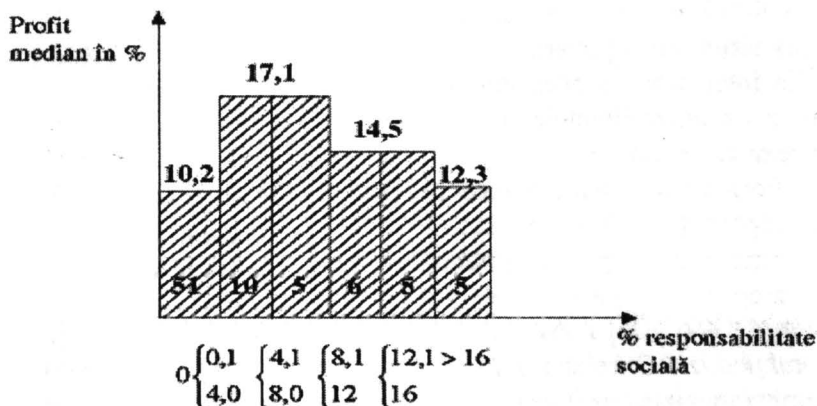


Figura 4. – Profit și responsabilitate socială

După Jérôme Ballet și Françoise de Bry, *L'entreprise et l'éthique* (2001)

6.6.1.1. Teoria „Stakeholders” și încrederea

Teoria *Stakeholders* s-a dezvoltat pornind de la lucrarea lui Freeman (1984), *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cu toate că de atunci au fost scrise numeroase articole și lucrări asupra acestei probleme, conceptul tot nu a dobândit un acord asupra semnificației exacte a ceea ce Freeman numește „principiul a cine sau ce contează cu adevărat?” (Expresia „the principle of who or what really counts” a devenit uzuală în articolele pe această temă.¹⁰⁸) Mitchell, Agle și Wood (1997) notează că această problemă presupune abordarea *teoriei părților interesate* sub două unghiuri diferite: primul îl constituie problema punctelor *forte* sau a trăsăturilor *evidente* ale teoriei care, dintr-un anumit punct de vedere, permite definirea gradului în care gestionarii acordă prioritate cererilor competitive ale

părților interesate; cel de al doilea se referă la *identificarea* părților interesate. Primul unghi permite îndreptarea atenției asupra naturii dinamice a teoriei. Prin el se înțelege asupra căruia lucru se îndreaptă atenția gestionarilor pe o perioadă de timp, știind că atenția se modifică și că părțile interesate care se bucură de atenție nu sunt întotdeauna aceleași. Persoanele sau grupurile prioritare evoluează în timp. Jérôme Ballet și Françoise de Bry consideră că această teorie (ca și sinteza elaborată apoi de Mitchell, Agle și Wood (1997) trebuie cunoscută de oricine se interesează de tema responsabilității în afaceri. Mai mult, ei sunt de părere că o „bună încheiere“ asupra acestei problematice trebuie „să asocieze noțiunea de *încredere* cu cea de *parte interesată*“.

6.6.1.2. Profitul și teoria părților interesate: o ierarhizare și implicațiile ei etice

De vreo douăzeci de ani¹⁰⁹, *teoria părților interesate* constituie tentativa de a fonda o teorie a firmei care își integrează mediul. Ea încearcă să depășească acea teorie a firmei care maximizează profitul. Aspirația acestei teorii constă în aceea că ea dorește să-și integreze și interesele și cererile grupurilor sociale așa cum apar acestea în relațiile cu întreprinderile. Se consideră astfel că aceste grupuri nu sunt limitate la acționari, furnizori sau persoane care exercită o putere economică asupra întreprinderii. În fond, teoria părților interesate nu se poate restrânge la simpla respingere a unor vederi înguste asupra interacțiunilor dintre firmă și mediu, căci ea trebuie, dimpotrivă, să poată defini „*ce contează și ce nu contează*“. Ea trebuie să *identifice* persoanele și grupurile care aparțin sau nu părților interesate. Dar acest prim-obiectiv nu oferă decât o imagine statică a teoriei. Dincolo de problema *identificării*, evoluția

priorităților acordate cererilor diverselor părți interesate constituie un al doilea obiectiv.

Dacă, după Freeman (1984), rădăcinile definiției *părților interesate* datează din 1963, Preston și Sapienza (1990) le găsesc originile în anii '30, în timpul Marii Recesiuni, când General Electric Company a identificat *grupuri majore* în relație cu întreprinderea: *acționarii, angajații, clienții și publicul* în general. În 1947, Johnson & Johnson stabilește o listă a părților interesate strict în afaceri (*strictly business stakeholders*). Câțiva ani mai târziu, R. Wood (1950) (citată de Preston și Sapienza, 1990) face o listă a celor patru părți de care o întreprindere trebuie să țină cont pentru a-și ameliora în chip responsabil performanțele: *clienții, angajații, acționarii și comunitatea*. De atunci au fost făcute diverse tipologii, pentru a stabili diferitele categorii de grupuri în relație cu întreprinderea. Printre ultimele este cea stabilită de Clarkson (1995). Acesta distinge: a) *grupurile primare*, b) *grupurile secundare* și c) *părțile interesate*. Grupurile *primare* sunt cele de care întreprinderea nu se poate lipsi, fără funcționarea cărora supraviețuirea întreprinderii ar fi periclitată și a căror participare continuă este esențială. Este vorba de acționari, de investitori, de angajați, de furnizori, cărora li se adaugă guvernul, comunitățile care furnizează infrastructurile și piețele. Grupurile *secundare* sunt cele care influențează sau afectează întreprinderea, sau sunt influențate sau afectate de întreprindere, fără a fi angajate în tranzacții cu firma și fără ca ele să fie esențiale pentru supraviețuirea ei.

După opinia lui Jérôme Ballet și Françoise de Bry definiția, dată de Freeman (1984), în cartea considerată ca fundamentală pentru această teorie, „nu prea dă totuși indicații asupra mijloacelor de stabilire a părților interesate și mai puțin încă asupra posibilității de a examina prioritățile și evoluția lor în timp”. Freeman și Reed (1983) definesc părțile interesate ca fiind „toate persoanele și grupurile de persoane care pot afecta

îndeplinirea obiectivelor organizației, sau pot fi afectate de îndeplinirea obiectivelor organizației”.¹¹⁰ Freeman reia această definiție în 1984: „O parte interesată într-o organizație este (prin definiție) orice grup ori individ care afectează sau este afectat de îndeplinirea obiectivelor organizației”.¹¹¹

Windsor (1992) subliniază, pe drept cuvânt, că teoreticienii părților interesate diferă în mod considerabil în funcție de modul după cum adoptă o *vedere largă* sau *îngustă* asupra universului sau domeniului părților interesate în firmă. Freeman și Reed (1983) recunosc, încă de la începutul preocupării de a analiza această temă, că serioase diferențe de opinii pot avea loc asupra principiului: „*cine sau ce contează cu adevărat*”. Definiția largă dată de acești doi autori corespunde unui grup sau unui individ care afectează urmărirea obiectivelor organizației și, invers, definiția îngustă pe care o dau limitează părțile interesate la grupurile de care firma este dependentă pentru supraviețuire. Clasică definiție a lui Freeman (1984) este extrem de largă și lasă spațiu deschis pentru a include, în mod virtual, pe oricine. În definiția sa, baza relațiilor poate fi uni sau bi-direcțională („*poate afecta sau poate fi afectat*”) și, contrar relațiilor de tranzacție pecetluite printr-un contract, în acest caz se consideră că nu este necesar să fie stabilită o *reciprocitate*.

Clarkson¹¹² (1994) oferă, dimpotrivă, una dintre cele mai înguste definiții din literatură dată părților interesate. El nu consideră părți interesate decât grupurile sau persoanele care suportă în mod *voluntar* sau *involuntar un risc*. Persoanele care suportă riscul în mod voluntar sunt cele care investesc în întreprindere, oricare ar fi forma investiției (materială, umană, financiară etc.). În orice caz, cele care suportă riscul involuntar sunt persoanele *vulnerabile* la activitatea firmei.

Numeroase alte definiții au fost propuse¹¹³ (tabloul 1) între definiția care implică o *viziune largă* și cea în care este prezentă o *viziune îngustă*. În fapt, *viziunile înguste* sunt fondate. În general,

pe o realitate practică a resurselor limitate, pe timpul limitat și pe răbdarea limitată a gestionarilor organizației obligați să se ocupe de constrângerile externe. Aceste viziuni sunt întemeiate pe principiul *legitimității cererilor* bazate pe contract, pe schimb, pe legislație, pe drepturile morale, pe asumarea riscului sau pe interesul moral în beneficiul sau pierderea antrenate de acțiunile întreprinderii. *Viziunile largi*, dimpotrivă, se bazează pe realitatea empirică după care firma poate afecta sau poate fi afectată, în mod virtual, de aproape toată lumea. Ele sunt centrate atunci pe puterea de influență a actorilor asupra comportamentului firmei, pentru ca puterea exercitată și fie considerată sau nu ca legitimă.

S-a observat că *definiția largă* aduce o dificultate suplimentară. Este vorba de *potențialitatea* de a fi parte interesată. În orice caz, părțile interesate, de care trebuie să se țină cont, sunt doar grupuri de indivizi actuali. Întrebarea care se pune este: cum pot fi aceste grupuri reperate, și cum pot ele afecta obiectivele întreprinderii? Starik (1994), de exemplu, se pronunță foarte clar în favoarea luării în seamă a *părților interesate potențiale*, adică nereperate încă.

Totuși, indiferent cum este definiția, largă sau îngustă, două diferențe esențiale față de modelul tradițional al întreprinderii își fac apariția. Donaldson și Preston¹¹⁴ (1995) exprimă aceste două diferențe printr-o schemă. Prima schemă reprezintă *modelul firmei în termeni de input-output* (fig. 5). Cea de-a doua schemă reprezintă *modelul părților interesate* (fig. 6).

Cele două diferențe sunt următoarele: numărul grupurilor considerate este mult mai larg, inclusiv atunci când se face referință la o definiție mult mai îngustă; săgețile indică relațiile bidirecționale, în vreme ce în modelul *input-output* relațiile sunt unidirecționale. Problema reciprocității se află atunci în centrul părților interesate.

Tabloul 1

Ce este o parte interesată? Cronologie

Surse	Definiții
Stanford, 1963	„grupurile lipsite de sprijin a căror organizare ar înceta de a mai exista“.
Rhenman, 1964	„care sunt dependente de firmă, pentru a-și duce la bun sfârșit scopurile personale și de care firma este dependentă pentru a putea exista“.
Ahlstedt și Jahnukainen, 1971; Freeman și Reed 1983	„cei care participă la întreprindere, conduși de propriul lor interes și scop și cei care depind de firmă și de care firma depinde. <i>Largă:</i> „care pot afecta îndeplinirea obiectivelor întreprinderii și care pot fi afectați de îndeplinirea obiectivelor organizației“. <i>Îngustă:</i> „de care întreprinderea este dependentă pentru a putea exista“.
Freeman, 1984	„poate afecta sau poate fi afectată de îndeplinirea obiectivelor organizației“.
Freeman și Gilbert, 1987	„poate afecta sau poate fi afectată de o întreprindere“.
Cornell și Shapiro, 1987	„cei care cer sau au relații contractuale“.
Evan și Freeman, 1988	„Beneficiază sau suportă o vătămare și cei ale căror drepturi sunt respectate sau violate de acțiunile întreprinderii“.
Evan și Freeman, 1988	„Au un interes sau o pretenție legate de întreprindere“.
Bowie, 1988	„fără de care organizația ar înceta de a mai exista“.
Alkhafaji, 1989	„grupurile față de care întreprinderea este responsabilă“.
Carroll, 1989	„cei care au revendicări, provenind fie dintr-un interes, fie dintr-un drept (legal sau moral) sau dintr-un titlu legal asupra activelor întreprinderii sau proprietatea personală“.
Freeman și Evans, 1990	„Deținători de contracte“.

Thompson și al., 1991	„în relație cu organizația“.
Savage și al. 1991	„au un interes în acțiunile organizației și au capacitatea de a influența“.
Hill și Jones, 1992	„Componentii care au o cerere legitimă legată de întreprindere (...) stabilită prin existența relațiilor de schimb, care furnizează resurse (contribuții) critice întreprinderii și care în schimb speră că le vor fi satisfăcute interesele“.
Brenner, 1993	„Au relații legitime și nu triviale cu organizația, precum tranzacțiile, au un impact asupra acțiunilor și au responsabilități morale“.
Carroll, 1993	„revendicări legate de unul sau mai multe interese în întreprindere“. „pot fi afectați sau nu“.
Freeman, 1994	„participanții la procesul uman de creare a valorilor comune“.
Wicks și al., 1994	„interacționează cu întreprinderea, dă un sens și o definește“.
Langtry, 1994	„întreprinderea este în mod semnificativ responsabilă de starea lor sau ei dețin o cerere morală sau legală“.
Starik, 1994	„pot avea sau au un interes actual, sunt sau pot fi influențați de ea, sau au în mod potențial o influență asupra organizației“.
Clarkson, 1994	„suportă anumite forme de risc, ca rezultat al investițiilor lor în capital uman, financiar, sau în orice valoare în întreprindere, sau sunt în situația de a risca drept rezultat al activităților firmei“.
Clarkson, 1995	„au sau pretind o proprietate, drepturi sau interese în întreprindere și în activitățile ei“.
Năsi, 1995	„cei care interacționează cu firma și cei care îi fac posibile operațiile“.
Brenner, 1995	„sunt atinși sau ar putea fi atinși de firmă“.
Donaldson și Preston, 1995	„persoane sau grupuri având un interes legitim în aspectele procedurale sau substanțiale ale activității întreprinderii“.

Izvoare¹¹⁵: Mitchell, Agle și Wood, 1997

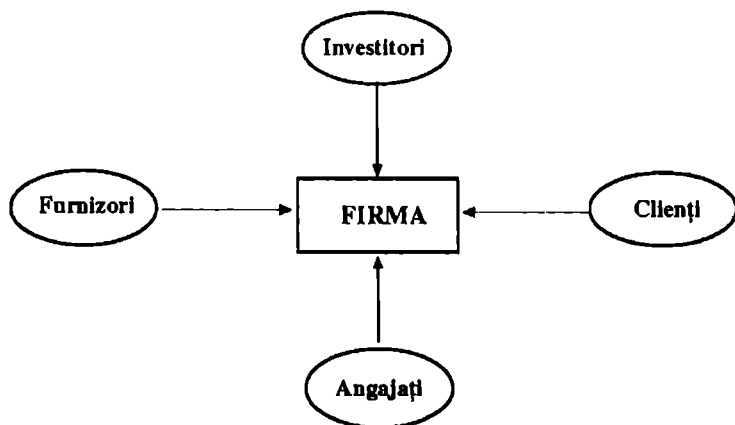


Figura 5
Firma în calitate de input-output

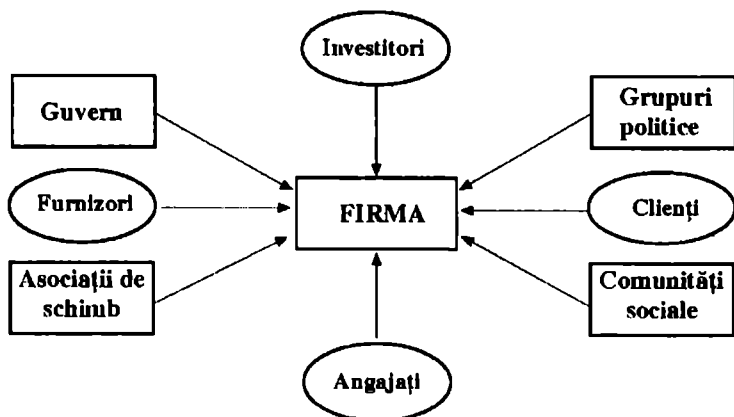


Figura 6
Firma și părțile interesate

Sursa¹¹⁰: Jérôme Ballet și Françoise de Bry (2001)

6.6.1.3. Puterea, legitimitatea, urgența și părțile interesate (Modelul de identificare al lui Mitchel, Agle și Wood)

Dincolo de definiții, înțelegerea părților interesate, identificarea și importanța lor sunt adesea prezentate după *modelul „roata de bicicletă”*, adică al cercurilor concentrice. Fiecare cerc reprezintă un tip de parte interesată, a cărei importanță este cu atât mai mare cu cât cercul se află situat în centrul roții. Totuși, această reprezentare nu dă decât o imagine statică și nu oferă nici o indicație asupra tratamentului și asupra acțiunilor pe care întreprinderea trebuie să le facă pentru a răspunde cererilor. Mitchell, Agle și Wood (1997) au incriminat acest model, propunând un altul, dinamic și care să permită caracterizarea diverselor categorii de părți interesate.

Acești autori propun identificarea părților interesate pornind de la trei criterii: *puterea, legitimitatea, urgența*. Criteriul *puterii* și cel al *legitimității* sunt adesea concepute în mod concurențial în modelele părților interesate, primului fiindu-i asociată o definiție largă și celui de al doilea, o definiție îngustă. Dar, dacă la fel ca Max Weber, putem concepe că puterea și legitimitatea sunt atribute distincte ce dau naștere *autorității ca utilizare legitimă a puterii*,¹¹⁷ ele pot fi independente una de cealaltă sau chiar complementare. Modelul lui Mitchell, Agle și Wood stabilește categorii ale părților interesate, în funcție de deținerea acestor două criterii. Ei adaugă un al treilea criteriu, care este cel al *urgenței*. Acest al treilea atribut completează analiza și dă un aspect dinamic teoriei.

Pentru *putere*, ei reiau definiția lui Pfeffer¹¹⁸ (1981), care-l urmează pe Dahl¹¹⁹ (1957). Puterea este relația dintre actorii sociali, în care actorul social *A* poate să-l determine pe actorul social *B* să facă ceva ce *B* nu ar fi făcut. Pentru *legitimitate* ei se inspiră din definiția lui Suchman¹²⁰ (1995) care spune că legitimitatea este o percepție sau o ipoteză generală a faptului că acțiunile unei entități sunt dezirabile, apropiate unor sisteme de

norme sociale construite, unor valori, credințe și definiții. Ei adaugă, prin urmare și *urgența* în modelul lor. *Puterea* și *legitimitatea* corespund criteriilor *statice*; adăugarea *urgenței* dă un caracter *dinamic* modelului. În acest model *urgența* este fondată pe două elemente: a) *sensibilitatea la timp*. Ea reprezintă gradul în funcție de care răstimpul de reacție al managerului față de cerere este considerat ca inacceptabil pentru grupul sau persoana care au făcut cererea; b) *aspectul critic al cererii* considerat în funcție de importanța cererii sau de importanța relației pentru cel care face cererea.

Urgența va fi astfel definită ca fiind gradul pornind de la care cererile reclamă o atenție *imediată*. Autorii menționați consideră că aceste trei criterii evoluează. În fond, fiecare criteriu (*putere, legitimitate, urgență*) este variabil, se poate schimba în funcție de complexitatea contextelor. Nu se pune problema atributelor fixe și stabile. Criteriile sunt construite având în vedere socialul și nu conțin o realitate obiectivă în ele-însele. Ele provin din percepțiile multiple pe care le au actorii sociali. Pe de altă parte, actorii nu sunt întotdeauna conștienți că dețin aceste criterii și nu le folosesc în mod necesar, nici chiar cei care sunt *conștienți că dețin* aceste caracteristici. Deci, nu există în mod automat o legătură între *deținerea criteriilor și comportament*. Cu toate acestea, aceste trei criterii permit definirea diverselor categorii de părți interesate.

Importanța părților interesate este cu certitudine legată de numărul cumulativ de criterii (*putere, legitimitate, urgență*) remarcat de manager la un moment dat. Autorii pomeniți identifică trei categorii. *Prima* este cea a părților interesate „*latente*” (latent). Ele sunt definite doar de un singur criteriu (oricare din cele trei, *nu* un anumit criteriu). Cea de a *doua* este construită din părțile interesate *moderate*, care dețin două criterii. Este vorba aici de o categorie în care părțile interesate sau grupurile de persoane *speră* sau *așteaptă ceva* din partea întreprinderii. Această categorie este numită: părțile interesate *în așteptare*” (expectant). Cea de a *treia*

categorie răspunde celor trei criterii și se numește: *partea interesată cu autoritate (definitivă)*. Aceste *trei clase de părți interesate* pot fi redescompuse ca în figura de mai jos.

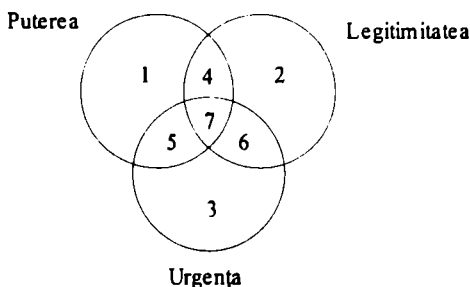


Figura 7. – Părțile intereseate după modelul Mitchell, Agle și Wood

Sursa¹²¹: Jérôme Ballet și Françoise de Bry (2001)

Cele trei categorii sunt compuse din mai multe *subcategorii*: subcategoriile 1, 2 și 3 pentru categoria părților interesate *latente*; subcategoriile 4, 5 și 6 pentru categoria părților interesate *în așteptare*; și subcategoria 7 pentru *partea interesată cu autoritate*.

Pentru categoria *latentă*:

1. Primul subansamblu (1) reprezintă *expectanții*. Acest subansamblu are ca atribut *puterea*. Aceasta înseamnă că el are *puterea* de a-și impune voința în firmă, dar, cum nu are relații *legitime* și nici cereri *urgente*, *puterea rămâne nefolosită*. Acest subansamblu nu are sau are prea puține relații cu firma.

2. Al doilea subansamblu (2) este cel al *discreționarilor*. Acest subansamblu posedă atributul *legitimității*, dar nu are nici *puterea* de a influența firma și nici cererile *urgente*. El nu poate deci să exercite presiuni pentru a angaja întreprinderea într-o acțiune sau într-o activitate relațională cu acest subansamblu. Voința sa de a acționa este în acest caz, mai ales, *voluntară* sau *discreționară*.

3. Al treilea subansamblu (3) este asociat *urgenței*. Cererile sunt repetitive, dar el nu are puterea de a influența deciziile întreprinderii, nici legitimitatea de a o face. Persoanele sau grupurile de persoane care compun acest subansamblu sunt ca „țânțarii care bâzâie în urechile întreprinderii“.

Pentru categoria în așteptare:

1. Primul subansamblu (4) al acestei categorii este compus din grupurile sau persoanele *dominante*. El deține criteriile de *putere* și de *legitimitate*. Influența lor asupra întreprinderii este asigurată în măsura în care indivizii acestui ansamblu pot constitui o *coalțiție dominantă*. Acest subansamblu este în mod special important pentru managerii și cererile care sunt de luat în considerație. Este deci de dorit ca acest subansamblu să aibă legături formale cu firma, legături care să permită recunoașterea importanței lor. De exemplu, comitetul de direcție al unei întreprinderi îi include adesea pe *proprietari*, pe *creditorii importanți* și, în anumite cazuri, pe *liderii comunităților*. În acest scop sunt de multe ori create birouri pentru relațiile cu investitorii, pentru resursele umane etc.

2. Al doilea subansamblu (6) *nu deține puterea*, dar are *cereri legitime* și *urgente*. Pentru acest motiv el este considerat *dependent*, pentru că depinde de alții (de părțile interesate sau de firmă) pentru a deține puterea necesară împlinirii voinței sale. Cum puterea nu este o relație reciprocă, deciziile acțiunilor vor emana fie dinspre părțile interesate care dețin puterea, fie din procesul managerial al firmei. Exemplul „mareei negre“ poate ilustra această situație. În cazul mării negre, populația atinsă are *cereri legitime* și *urgente* (pescarii, agricultorii), dar nu are *puterea* de a forța întreprinderea să finanțeze și să curețe poluarea. Satisfacerea cererii lor depinde de bunăvoința întreprinderii, de voluntarismul altor persoane, sau de forța altor părți interesate de a *obliga* firma să acționeze.

3. Al treilea subansamblu deține *puterea* și *urgența*, dar *nu și legitimitatea*, ceea ce face ca grupurile acestui subansamblu să

devină uneori *coercitive* și chiar *violente*. Pentru această caracteristică, acest subansamblu este denumit „periculos“. În această categorie se află uneori greviștii. Este foarte important pentru manageri să identifice această categorie, pentru a putea preveni incidentele.

– Pentru categoria care uzează de *autoritate*:

Ultima categorie este compusă dintr-un *singur ansamblu* (7), căruia îi sunt asociate cele trei criterii. *Ea are cereri nu numai urgente, ci și legitime și capacitatea de a-și realiza voința*. Supraviețuirea întreprinderii este adesea dependentă de deciziile acestei categorii. Luarea în considerație a celorlalte părți interesate poate depinde și de voința de a facilita sau, dimpotrivă, de a împiedica realizarea acțiunilor îndreptate spre alte subansambluri, a acestei categorii.

O asemenea schemă logică este extrem de semnificativă pentru a evidenția variabilele esențiale care intervin în funcționarea unei firme și, în principal, acelor variabile care intră în categoria *părților interesate*. Situația *ideală* este cea inclusă într-un singur ansamblu (7) care intră în categoria *autoritate*, o autoritate întemeiată atât pe *legitimitate* și *urgență*, cât și pe *putere*, adică pe „capacitatea firmei de a-și realiza voința“. În fond, judecata de responsabilitate înseamnă a lua decizii în cunoștință de *cauză* (adică de toate aceste variabile) dar și de *efecte*, de consecințe: imediate, pe termen scurt sau pe termen lung.

6.7. *Business Ethics* și modele de responsabilitate morală

După cum s-a arătat deja, conceptul de *responsabilitate în afaceri* a fost un concept extrem de controversat, inclusiv în spațiul american. În pofida acestui fapt încă la începutul anilor '70, a fost elaborat (de către CED¹²², 1971) un prim model al responsabilității întreprinderilor numit¹²³ și *Corporate Social Responsibility* no. 1 (CSRI). Acest model reprezintă întâia sinteză asupra a ceea ce, până atunci, s-a conturat a fi o abordare

a firmelor de afaceri și a companiilor în termenii responsabilităților ce le revin acestora.¹²⁴ Această analiză este întemeiată pe trei cercuri concentrice.

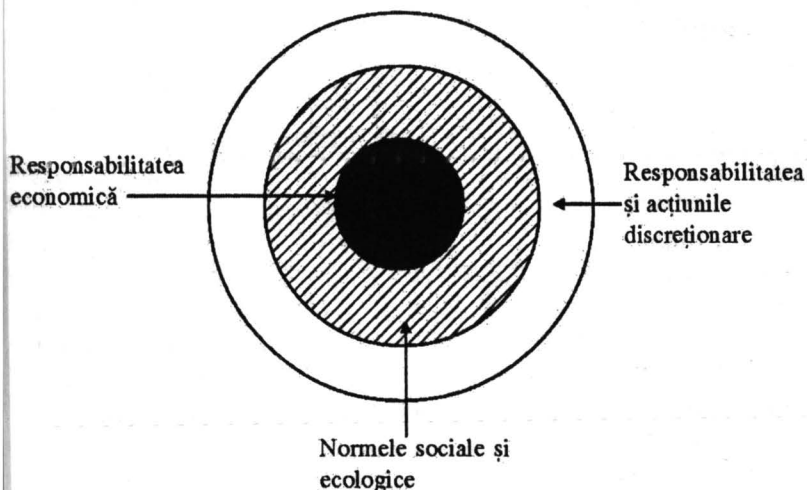


Figura 8

Sursa: Jérôme Ballet... (2001)

Conform acestui model, *cercul intern* corespunde responsabilităților economice. Acestea sunt primele și ele sunt cele care se află la originea întreprinderii. Al doilea cerc *intermediar*, mai larg decât cel pur economic, ține seama de faptul că, dincolo de exercitarea responsabilităților economice, există și norme și valori sociale (cum ar fi cele legate de respectul față de mediu sau relațiile cu angajații sau reglementarea condițiilor de muncă etc.) pe care o firmă nu le poate nesocoti fără să suporte consecințe. Cel de al treilea cerc, și cel mai mare, cuprinde *responsabilitățile noi* pe care întreprinderea și le poate asuma, în afara exigențelor legale sau a valorilor sociale. Această responsabilitate ține de acțiuni ce sunt *în puterea firmei* și ea a fost numită, tocmai de aceea,

„discreționară”. Acțiunile filantropice, de exemplu, fac parte din această categorie. Conform acestui model, aceste trei tipuri de responsabilități nu pot fi puse pe același plan. Oricum, primele se impun în calitatea lor de *constrângeri*, în vreme ce următoarele sunt *facultative*. În orice caz, *gradul* de responsabilitate apare, astfel, în distincția care se face între o atitudine *pasivă* și o atitudine *activă* sau din diferența dintre un comportament bazat pe *respectarea normelor* și un comportament *discreționar*. Prin urmare, această modelare a responsabilității alcătuită din trei entități cuprinde interacțiuni *tari*, precum cele din spațiul economic, din cel al reglementării sociale și ambientale, dar și din cel al „voinței” discreționare a firmei.

Această concepție a responsabilității întreprinderii a fost viu criticată în S.U.A. prin anii '70. Astfel, Ackerman și Bauer (1976) reproșează expresiei *Social Responsibility*¹²⁵ mai ales faptul de a fi un *concept vag*, care se străduiește să introducă în întreprindere obligații etice, vizând însă doar motivațiile, fără a ține cont de performanțele economice. După Jérôme Ballet (2001), cel de al doilea model propus, CSR 2, răspunde acestei probleme, analizând acțiunile realizate de firmă.

Modelul CSR 2 este alcătuit plecând de la conceptul de *Corporate Social Responsiveness* în opoziție cu cel de *Corporate Social Responsibility*.¹²⁶

De notat că, la origine, conceptul de *Corporate Social Responsiveness* se opune în parte modelului oferit de *Corporate Social Responsibility*, concentrându-se doar pe *faza de acțiune*. El corespunde trecerii de la *motivația* subiacentă modelului CSR 1, la *acțiunea* caracteristică modelului CSR 2. Între cele două modele însă nu există în mod automat corespondențe.¹²⁷

În acest sens, de pildă, Bourgeois (1980) afirmă că acest concept de *responsiveness* se referă la mediul ambiant. El sugerează adaptarea organizării la mediu într-o perspectivă care să nu distrugă viața. Mediului economic el îi adaugă ca pe o *constrângere suplimentară* mediul social, legal, ecologic și

politic. În *modelul CSR 2*, întreprinderea trebuie să-și interanalizeze noile constrângeri, să le ia în calcul, având ca obiectiv asigurarea performanței sale economice sau pur și simplu supraviețuirea în competiția pieței. Statutul de responsabilitate se schimbă și devine un simplu mijloc de menținere a poziției de câștigat pe teren în procesul concurențial al pieței.

În acest model, analizele sunt centrate pe *tipul de acțiune*. Pentru Sethi (1979), întreprinderea trebuie să adopte un comportament în conformitate cu funcționarea pieței și a legislației în vigoare, dar ea poate merge chiar mai departe, anticipând cererile pieței, căci atitudinea întreprinderii față de piață trebuie să nu fie doar *reactivă*, ci și *anticipativă*. De aici rezultă că studiile asupra *strategiilor de răspuns* ale firmei la stimulii mediului sunt *cruciale*. Aceste strategii sunt variate, mergând de la situații în care întreprinderea *nu* reacționează în nici un fel, până la situații în care reacțiile sunt dintre *cele mai bune* (fig. 9).

Ian Wilson (1975)	Reactivă	Defensivă	Acomodare	Proactivă
Terry McAdam (1973)	Se descurcă prin orice mijloace	Face numai ce trebuie neapărat	A fi progresist	A conduce industria
Davis și Blomstrom (1975)	Retragere	Apropiere prin relațiile publice	Apropiere în limitele legalității	Rezolvarea problemelor
NU FACE NIMIC				FACE TOT CE SE POATE

Sursa: Jérôme Ballet... (2001), p. 188.

Fig. 9. Strategiile firmelor responsabile

Modelul CSR 2 s-a dorit să nu aibă nici o conotație etică. El privește doar procesul de management al răspunsului pe care acesta îl are de dat mediului socio-economic.

În orice caz, o dată cu apariția conceptului de *Corporate Social Performance* (CSP) sunt create condițiile pentru elaborarea unei adevărate *sinteze* pe tema responsabilității întreprinderii. În acest sens, de pildă, sinteza lui Carroll (1979) vizează nu numai un obiectiv teoretic prin încercarea de compatibilizare a *modelelor CSR 1* și *CSR 2*, ci și un obiectiv practic¹²⁸, anume construirea unui concept operațional pentru ca firmele să-și poată evalua toate acțiunile. Oricum, este de notat faptul că acest concept de CSP se constituie în jurul a trei elemente: a) principiile sau motivațiile responsabilității sociale a întreprinderii (corespunzând modelului *CSR 1*); b) procesul de management al răspunsului ce trebuie dat față de mediul înconjurător (dezvoltat în *CSR 2*); c) rezultatul acțiunii manageriale al întreprinderii asupra mediului (ceea ce implică o evaluare completă a acestor rezultate).

Plecând de la asemenea premise, A.B. Carroll a formulat următoarea sinteză (vezi fig. 10).

Astfel Carroll consideră că există patru categorii de responsabilități apropiate de modelul CED (1971):

- Cea dintâi, *responsabilitatea economică*, are în vedere întreprinderea ca instituție de bază a societății. Ea trebuie să producă bunuri și servicii dorite de consumatori, dar, în același timp, să obțină și un profit.

- În cea de a doua, *responsabilitatea juridică*, întreprinderea trebuie să-și respecte *obligățiile legale*. Aceste prime două categorii sunt în legătură cu comportamentele și/sau activitățile care sunt codificate în cadre reglementare.

- *Responsabilitatea etică* constituie cea de a treia categorie și constă în adoptarea de către întreprindere a unor *norme de*

conduită, la care societatea se așteaptă, ca fiind *obligații de ordin moral*, chiar dacă în general ele nu constituie obiectul unui *cod*.

– A patra categorie, *responsabilitatea discreționară* este fondată pe *simplicia voință a firmei*. În acest caz nu se mai face referință la normele sociale comportamentale și întreprinderea adoptă comportamente care nu țin cont de *ce așteaptă* societatea. Întreprinderea va putea, de exemplu, printr-o atitudine pur *voluntară*, să conducă un program filantropic în profitul săracilor, al șomerilor, al celor fără domiciliu fix, sau al toxicomanilor. Responsabilitatea *discreționară* apare, deci, ca un ultim stadiu al responsabilității întreprinderii.¹²⁹

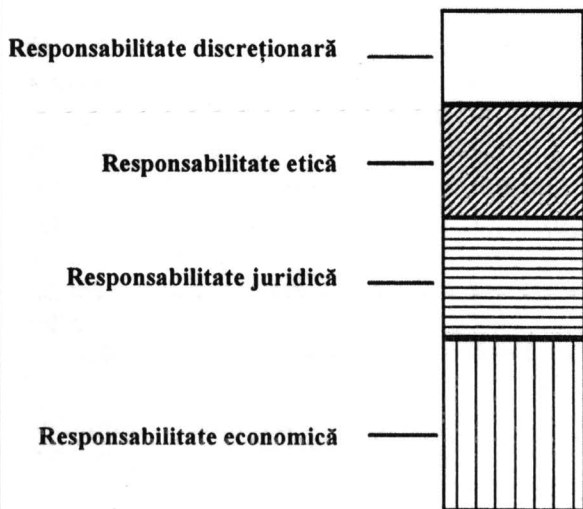


Fig. 10. Nivelurile responsabilității

Sursa: Jérôme Ballet... (2001), p. 191.

Aceste patru categorii *nu* sunt considerate ca fiind *exclusive*. Astfel, orice acțiune a întreprinderii se poate referi simultan la

mai multe categorii. De exemplu, o politică vizând reducerea nivelului de poluare va respecta în același timp regulile juridice noi, introducând filtre de depoluare și se va concentra asupra utilizării de materiale mai puțin poluante.

Al doilea element de sinteză oferit de Carroll vizează „filosofia” răspunsului dat mediului social și ecologic, adică acțiunilor. Carroll reia aici diverse analize ale modelului CSR 2 și reține tipologia lui Ian Wilson (1974).

Al treilea element din sinteza sa privește *domeniile* în care sunt exercitate aceste responsabilități și acțiuni și în care autorul constată o dificultate, anume că acestea evoluează în timp și sunt diferite în spațiu.¹³⁰

Astfel, de exemplu, orice industrie își cunoaște propriile domenii de intervenție, fapt din care tragem concluzia că modelele precedente au fost focalizate mai curând asupra *formelor de răspunsuri* decât asupra *domeniilor de intervenție*, formele de intervenție fiind destul de generale pentru a putea fi aplicate oricărui domeniu. Oricum, autorul consideră puțin probabil să se poată stabili o *sinteză ultimă* a diferitelor domenii, dar nu se îndoiește că modelul *Corporate Social Performance* trebuie să identifice un număr de domenii. Acest model grupează, de pildă, *șase domenii* în care își poate exercita responsabilitățile: *consumul, mediul ambiant, discriminarea, securitatea produselor, securitatea muncii, acționarii*.

Pornind de la aceste elemente, el a construit o grilă de lectură operațională a responsabilității firmei (figura 4). Astfel, Carroll propune pornind de la aceste șase domenii, listate și selecționate, o *creștere*, care se produce o dată cu nivelul responsabilității și a tipului de strategie. Această grilă permite măsurarea responsabilităților angajate de firme, poziționându-le pe unele față de altele.

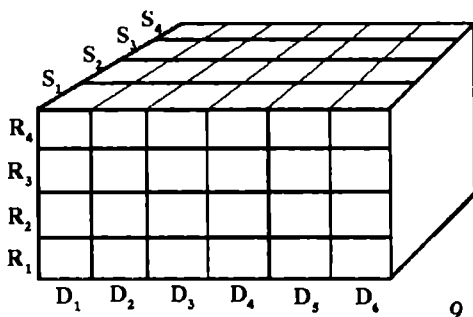


Figura 11

Sursa: Jérôme Ballet... (2001), p. 192.

- R = responsabilități (R₁: responsabilități economice, R₂: responsabilități juridice, R₃: responsabilități etice, R₄: responsabilități discreționare)
- D = domenii de responsabilitate (D₁: consumul, D₂: mediul ambiant; D₃: discriminarea, D₄: securitatea produselor, D₅: securitatea muncii, D₆: acționarii)
- S = strategii (S₁: reactive, S₂: defensive, S₃: acomodarea, S₄: proactive)

Sinteza propusă de Carroll va constitui o referință pentru mai bine de zece ani. La începutul anilor '90 este propusă o nouă sinteză (D.J. Wood, 1991), care însă se bazează tot pe schema sintetică a lui Carroll.¹³¹

În acest sens, este de notat faptul că Wood propune o *altă definiție* a conceptului de CSP. Această nouă definiție îi permite autorului de a relansa cele patru categorii de responsabilități definite în sinteza lui Carroll. Oricum, Wood prezintă trei nivele de cercetare a celor patru categorii ale lui Carroll (vezi tabelul 2).

Primul nivel, *instituțional*, este fondat pe principiul *legitimității*. Societatea delegă puterea de producție întreprinderii

care trebuie să se conformeze normelor economice, legale și etice existente. Principiul legitimității responsabilității firmei se sprijină pe ideea de *stakeholder* (Freeman, 1984). Aceasta înseamnă că organizarea se situează în interrelație nu numai cu clienții, furnizorii, funcționarii, deținătorii de capitaluri, dar și cu orice altă persoană, grup de persoane sau orice instituție care pot afecta sau pot fi afectate de către organizarea și producția întreprinderii.

Ceea ce este important în acest context este faptul că noțiunea de *stakeholder* permite trecerea de la noțiunea de *partener* la cea de *parte interesată*.

Tabelul 2

Principii (Nivele)	Legitimătate socială publică (Instituțional)	Responsabilitate managerială (Organizațional)	Voința (Individual)
Domenii			
Economie	Producția de bunuri și servicii Formarea locurilor de muncă Crearea bogăției pentru acționari	Prețurile bunurilor și serviciilor trebuie să reflecte adevăratele costuri de producție, încorporând toate externalitățile	Producția de produse ecologice și fiabile Utilizarea tehnologiilor puțin poluante Reducerea costurilor prin reciclare
Legea	Conformarea la legi și la reglementări A nu recurge la lobby pentru a avea o poziție privilegiată în politica publică	Munca în vederea politicii publice să reprezinte un interes lămurat	A găsi avantaje în obligațiile reglementare pentru a aduce inovații în produse sau în tehnologii

Etic	Consecvența față de principiile etice fundamentale (de ex.: corectitudinea în etichetarea produselor)	Furnizarea unei informații complete și exacte pentru sporirea securității utilizatorilor-consumatori, chiar dincolo de obligațiile legale	Fixarea informației produselor în funcție de specificitatea pieței (de ex. pentru, copii într-o limbă străină...) favorizând în acest fel competitivitatea produselor
Discreționar	Comportament de bun cetățean în toate domeniile, dincolo de legi și reguli etice Transferul unei părți din beneficii către colectivitate	Investirea de resurse în acțiunile filantropice și problemele sociale legate de domeniile de implicare directă și indirectă în societate	Alegerea investițiilor caritabile care sunt pentru moment profitabile în rezolvarea problemelor sociale (aplicarea criteriilor de eficacitate)

Sursa: Jérôme Ballet..., *op.cit.*, p. 195.

Cel de-al doilea nivel, cel *al organizării*, se bazează pe principiul *responsabilității publice*. Întreprinderea nu trebuie să-și asume „tot ceea ce e rău în societate”, responsabilitatea sa nu este *nici totală, nici infinită*. Ea trebuie să se concentreze pe domeniile activității sale, responsabilitatea sa nefiind legată de *rolul* pe care îl joacă în societate, ci de *locul* activității sale în domeniile în care operează. De pildă, o întreprindere de construcții de automobile poate fi *obligată* să facă cercetări pentru a contribui la rezolvarea problemelor de securitate rutieră, de poluare a aerului sau chiar

de transport public, dar *nu poate fi trasă la răspundere* pentru faptul că anumite categorii ale populației nu știu să citească.

Ultimul nivel, *individual*, este fondat pe *principiul voinței manageriale*. Întreprinderea nu este numai o entitate abstractă, ea este compusă din salariați care iau decizii și acționează. Alegerile pe care ei le fac nu sunt, în totalitate, determinate de procedurile de decizie internă ale firmei; ei își asumă o responsabilitate economică, legală și etică; ei dau socoteală pentru actele lor și nu pot substitui, în întregime, responsabilitatea întreprinderii prin propria lor responsabilitate.¹³²

6.8. Mutații semnificative în evoluția ideii de responsabilitate

Putem spune alături de Jérôme Ballet și Françoise de Bry (2001) că „întreprinderea socialmente responsabilă nu este o ficțiune”.¹³³ Oricum, de-a lungul istoriei acest concept a cunoscut diverse forme. Astfel, în secolul al XIX-lea, asistăm la o formă particulară a unei tentative de responsabilizare, *paternalismul*,¹³⁴ care încearcă să transforme muncitorul într-un „bun muncitor” și pe omul de afaceri într-un „bun părinte”. Pentru aceasta, întreprinderea sau patronul iau măsurile necesare pentru *dezvoltarea morală* a mâinii de lucru. Celelalte opere sociale (locuință, educație, sănătate) se află în centrul dispozitivului responsabilității. În absența sistemelor sociale dezvoltate în cadrul statului, rolul protector îl are întreprinderea. Aceasta îl face pe patron să aibă puterea de a gestiona viața angajaților săi. În același timp, *mâna de lucru este atașată întreprinderii „pe viață”*, după o expresie consacrată des întâlnită în veacul al XIX-lea. Pe parcursul secolului al XX-lea, acest sistem s-a estompat, încetul cu încetul. Contestat din cauza slabei sale eficiențe și a dirijismului excesiv, acest tip de relație, cunoscut sub numele de

paternalism, va lăsa, în mod progresiv, locul *statului-providență*.¹³⁵ Totuși, în acest răstimp, întreprinderea nu a abandonat orice formă de responsabilitate. Tradițiile au continuat să se perpetueze. Cu toate acestea, s-a produs o adevărată transformare a rolului întreprinderii în viața socială, căci, cedând statului locul în materie de redistribuire, *întreprinderea s-a re-axat pe rolul economic*. Această separare a rolurilor s-a mai fragmentat încă o dată atunci când a apărut *criza* statului-providență. Și atunci – arată aceiași autori – întreprinderea s-a găsit din nou în centrul dezbaterilor. Numai că de data aceasta nu se mai punea problema incriminării dirijismului său excesiv, ci a criticii incapacității sale de a ține seamă de efectele externe ale activității sale economice. Privite mai întâi ca niște *țapi ispășitori*, întreprinderile sunt „arătate cu degetul” pentru acțiunile lor amorale dintre care licențierile și poluarea sunt cele mai des amintite. Oricum, întreprinderile și companiile încearcă acum să se sprijine pe întreaga colectivitate pentru a administra activitățile externe negative ale activității lor economice. În fața valului de denunțuri, unele firme au întreprins demersuri etice pentru a ieși din amalgamul dintre activitățile economice și distrugerile sociale și ecologice.

De notat este faptul că „de-a lungul istoriei a fost dovedită responsabilitatea socială a întreprinderii și, mai degrabă, absența ei pare a fi un caz ciudat în relație cu omniprezența statului”.¹³⁶

Totuși, după cum s-a observat, adoptarea *regulilor de responsabilitate socială sau de etică nu este numai un comportament cetățenesc pentru o întreprindere, ci și un mijloc de a „sparge piața” în fața concurenților*. În fapt, fie că este vorba despre întreprinderi care adoptă din proprie inițiativă un comportament etic în afaceri sau afacerile îi obligă la un comportament etic, prin urmare, fie că este vorba, deci, de o etică *proactivă* sau una *reactivă*, „etica și profitul merg tot mai mult mână în mână. Într-un univers concurențial unde etica pare că

«aduce banii»“ firmei, fiecare firmă are tot interesul să-și pună în valoare activitatea responsabilă. De aceea *apare credința că viitorul întreprinderilor care-și internalizează etica este cel mai sigur.*”¹³⁷ Dacă „moda” eticii se dezvoltă (cum a observat Gilles Lipovetsky)¹³⁸, aceasta este determinată de faptul că prin intermediul ei se vehiculează pe piață convingerea că sporirea profitului este compatibilă cu adoptarea regulilor de bună purtare. Dar, de fapt, în acest caz, – este bine să notăm – *„ele trebuie mai mult să facă impresie, decât să fie. Dacă e vorba să fii etic, asta nu înseamnă că trebuie să fii prea etic. Întreprinderea trebuie să câștige în orice împrejurare. Un demers etic real poate să coste scump, fără să aducă nimic în schimb în vreme ce o imagine etică poate aduce mult, fără prea mare cheltuială.*”¹³⁹ În fapt, o asemenea politică de „păcăleală” subestimează însă capacitatea consumatorilor de a se informa, de a tria informațiile și de a le utiliza în mod rațional. De asemenea, chiar dacă invazia de informații contradictorii este o realitate în lumea afacerilor, comerțului și firmelor productive, totuși, în ultimă instanță, *consumatorul rațional și responsabil* nu poate fi pe termen lung păcălit, fie și numai pentru faptul că el poate compara aceste informații și poate învăța din experiențele sale neplăcute.

În fine, „dacă etica nu este o modă, ci o mișcare de fond”¹⁴⁰ a societății mature democratice, atunci merită mereu întărită această constatare-evaluare: firmele care adoptă comportamente etic responsabile „dincolo de vitrină”, pot dobândi, cu mare grad de certitudine, pe termen lung, un *avantaj pe piață*, în comparație cu celelalte firme care nu procedează astfel.

Prin urmare, chiar dacă o asemenea evaluare-constatare (reductibilă, în fond, la formula „este mai util și mai practic să dai dovadă de atitudine moral-responsabilă în afaceri gândindu-te la beneficiul celui mai mare număr de oameni”) este de natură să privilegieze discursul etic *utilitarist* și nu cel *pur deontologic* (acesta din urmă, reductibil la expresia „în mod necondiționat,

adică, din *datorie pură* ești întotdeauna moral-responsabil, în toate deciziile luate în afaceri“) aceasta nu înseamnă deloc, din contră, că tema responsabilității ar fi fost evacuată cumva din „zona afacerilor“. *Relativizarea* standardelor în judecata de responsabilitate nu înseamnă *absența*¹⁴¹ standardelor morale în acest domeniu. În fond, în lumea globală actuală, *nevoia de etică* este totuși, indubitabil, o „realitate“ în creștere și acesta este cel mai important lucru ce trebuie menționat mai important chiar decât așteptarea comună ca *discursul deontologic să-l depășească pe cel utilitarist în judecarea afacerilor*. Știm bine acum că, în ultimă instanță, orice afacere poate fi supusă unei judecăți de responsabilitate, fie preeminent deontologice, fie predominant utilitariste. *Aceasta este ceea ce contează cu adevărat*: ca judecata de responsabilitate să fie formulată și să producă efecte.

NOTE:

¹ Tema responsabilității este una majoră mai ales în filosofia secolului XX. Un autor precum Christian de la Campagne (*O istorie a filosofiei în secolul XX*, Ed. Babel, București, 1998 nu ezită să afirme că după experiența Holocaustului ideea de responsabilitate devine centrală și obligatorie pentru orice evaluare asupra a ceea ce se întâmplă condiției umane. De asemenea, Jean Moussé în *Fondaments d'une éthique professionnelle*, Paris, Les Editions d'Organisation, 1989; *Ethique et entreprises*, Paris, Librairie Vuibert, 1993; *Ethique des affaires: liberté, responsabilité*. Le décideur face à la question éthique, Paris, Dunod, 2001, el însuși având experiența Buchenwald-ului, consideră că acest cuplu *libertate – responsabilitate* este de neeludat și pentru judecarea acțiunii politice, și pentru aprecierea omului în contextele organizaționale, și pentru locul și atitudinea omului față de natură și mediul înconjurător.

Oricum, sunt cel puțin trei sensuri ale conceptului de responsabilitate. Într-un prim sens, responsabilitatea morală are în vedere considerarea unor persoane ca fiind responsabile moral pentru o acțiune din trecut. Dacă

cineva sare într-un râu și salvează un copil de la înec atunci acea persoană este considerată răspunzătoare pentru salvarea lui și, ca atare, ea merită să fie lăudată. De asemenea, dacă cineva se joacă cu aparatul de radio din mașină în timp ce conduce și-n acest timp trece pe roșu, provocând un accident, ea este răspunzătoare pentru acest lucru. Pe de altă parte, dacă accidentul s-a produs în urma unui atac cerebral sau de cord, atunci persoana nu poate fi considerată responsabilă pentru acest eveniment. În al doilea sens, conceptul de responsabilitate morală se referă la responsabilitatea cuiva nu pentru o acțiune anumită din trecut, ci, se referă la grija, bunătatea și modul cum i-a tratat pe alții în funcția sau statutul pe care ea o are. Astfel, părinții sunt răspunzători pentru ca odraslele lor să meargă la școală, profesorii răspund de tot ce se petrece în orele lor, iar doctorii răspund pentru tratamentul aplicat pacienților. Aceste responsabilități profesionale sunt stabilite de convențiile sociale și organizaționale.

În al treilea sens, acest concept moral are în vedere capacitatea cuiva de a lua decizii etice și raționale de unul singur. Când părinții angajează o doică pentru copii lor, ei recunosc implicit că acestora le lipsește maturitatea morală și emoțională de a hotărî pentru ei. La fel, atunci când legea acordă părinților controlul legal asupra copiilor lor, ea afirmă că nu se poate acorda încredere copiilor în luarea de decizii privind situația lor. În acest caz, pare evident ca doica și părinții să fie considerate persoane moral responsabile pentru că acestea au capacitatea de a lua decizii autonome, și raționale, și morale.

Cele trei sensuri ale noțiunii morale de responsabilitate pot fi exemplificate. Să luăm afirmația: „George Ionescu este moral responsabil”. Dacă „moral responsabil” este înțeles în primul sens, atunci înseamnă că Ionescu poate fi lăudat sau blamat pentru o acțiune anumită. Dacă este vorba de al doilea sens, atunci Ionescu este responsabil etic pentru îngrijirea și bunăstarea altcuiva. Dacă ne raportăm la al treilea sens, atunci înseamnă că Ionescu este un agent moral care are capacitatea de a lua decizii morale (vezi cap. *Meaning of „Moral Responsibility”* în William H. Shaw, Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, 5th Edition, Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, 1992, pp. 206-207).

² Cea mai mare parte a textului care urmează se bazează pe excelenta carte recentă (2001) a acestor doi autori. De foarte multe ori am parafrazat și în numeroase cazuri, după cum se vede, am citat din studiul pomenit.

³ Jérôme Ballet și Françoise de Bry în *L'entreprise et l'éthique*, Editions du Seuil, Paris, 2001, notează că „pentru a pune în evidență conceptul de responsabilitate, trebuie să fie îndepărtată doctrina socratică după care «nimeni nu vrea să fie rău» căci prima ei consecință este aceea de a permite indivizilor să scape de responsabilitatea actelor lor. Răul neputând să fie vrut, dorit, este exclus ca el să fie alegerea deliberată a individului. În felul acesta, drama omului vine din neputința sa de a cunoaște binele, și atunci răul nu este decât expresia ignoranței binelui“, *op.cit.*, p. 145.

⁴ Aristotel, *Etica Nicomahică*, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1988, 285, 1140b.

⁵ Aceasta este interpretarea preluată de noi din Jérôme Ballet și Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 146.

⁶ Jérôme Ballet și Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 146.

⁷ Referințele și scurtul comentariu la Marc Aurelian și Sfântul Toma sunt preluate din autorii francezi menționați *op.cit.*, p. 146.

⁸ *Idem*, p. 147.

⁹ Este vorba de *Întemeierea metafizicii moravurilor* (1785), *Critica rațiunii practice* (1788) și *Metafizica moravurilor* (1797).

¹⁰ Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 148.

¹¹ *Idem*, p. 149.

¹² Această idee a lui Marx a fost pusă în conexiune de eticianul român Niculae Bellu cu postulatul libertății la Kant. În *Etica lui Kant*, Ed. Științifică, 1974 și *Morala în existența umană*, Ed. Politică, 1989 se susține faptul că tema majoră a contemporaneității este emanciparea umană responsabilă. În orizont francez Jean Moussé propune explicit, în încheierea cărții sale *Ethique des affaires: liberté responsabilité, idee de libertate responsabilă*, plecând și el tot de la Kant.

¹³ Vezi în acest sens, cărțile lui Vasile Dem. Zamfirescu, *Etică și psihanaliză*, Ed. Științifică, București, 1973 și *Filosofia inconștientului*, Ed. Trei, București, 1999.

¹⁴ Vezi, în acest sens, Achim Mihu, *Sociometria* Editura Politică, București, 1968 unde importanța lui Moreno pentru gândirea secolului XX este excelent și corect evidențiată. În ceea ce ne privește, am analizat contribuția lui Moreno în: Vasile Morar, *Spontaneity in Moreno and Bergson's thought*, „Revue Roumaine de Philosophie“, tomes 45, nr. 1-2, 2001, pp. 75-80 și în *Moralități elementare*, Editura Paideia, București, 2004.

¹⁵ Preluăm în cele ce urmează interpretarea lui Jérôme Ballet și François de Bry referitoare la Sartre, Lévinas și Jonas.

¹⁶ Jean Paul Sartre, *L'Être et le Néant*, Paris, Gallimard, 1995, p. 47, citat preluat din Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 151.

¹⁷ Jean Paul Sartre, *op.cit.*, p. 31. Citat preluat din Jérôme Ballet și Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 152.

¹⁸ Jérôme Ballet și Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 152.

¹⁹ Această schemă de argumentare o preluăm și prelucrăm după *Idem*, pp. 156-157.

²⁰ *Idem*.

²¹ Preluăm citatul după Jérôme Ballet, ... *op.cit.*, p. 153.

²² Ideea îi aparține lui Frogneux care analizează într-un studiu din 1996 antropologia lui Hans Jonas, vezi, *op.cit.*, p. 154.

²³ Hans Jonas, *Le Principe de responsabilité*, Paris, Cerf, 1995, p. 49 și 54.

²⁴ Vezi Jérôme Ballet, ... *op.cit.*, pp. 154-155.

²⁵ Paul Ricoeur, *Le Juste*, Paris, Esprit, p. 45.

²⁶ Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 155.

²⁷ *Idem*, p. 157.

²⁸ *Idem*, p. 158.

²⁹ *Idem*, pp. 158-159.

³⁰ Vezi pentru adâncirea problematicei și cărțile lui Jean Moussé menționate la Nota 1.

³¹ Întreaga carte *L'entreprise et l'éthique* este construită pe ideea acestei tranziții istorice de la întreprinderea paternalistă la „întreprinderea socialmente responsabilă: «întreprinderea cetățenească»”.

³² *Idem*, p. 160.

³³ Paul Ricoeur, *Lectures*, Paris, Le Seuil.

³⁴ Jérôme Ballet și François de Bry consideră aceste două atribute ca fiind definitorii pentru ideea de responsabilitate personală.

³⁵ *Idem*, p. 161.

³⁶ Preluăm aceste dezvoltări din Jérôme Ballet, François de Bry, *op.cit.*, p. 166.

³⁷ Manuel G. Velasquez, *Business Ethics, Concepts and Cases*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1988.

³⁸ Jérôme Ballet et François de Bry, *op.cit.*, p. 171.

³⁹ *Idem*, p. 172.

⁴⁰ *Idem*, p. 174.

⁴¹ *Idem.*

⁴² M. Neuberg, *La Responsabilité*, P.U.F., Paris, 1997.

⁴³ Jérôme Ballet et François de Bry, *op.cit.*, p. 175.

⁴⁴ A. de Gens, *The Living Company*, Langview Publishing limited, 1997 (tr. în franceză: *La Perennité des entreprises*, Paris, Maxima, 1998).

⁴⁵ Preluăm acest raționament după Jérôme Ballet și François de Bry, *op.cit.*, pp. 174-178.

⁴⁶ *Idem*, p. 177.

⁴⁷ L. Bourgeois *Le Solidarisme*, Paris, Alcan, 1980, p. 115, cf. Jérôme Ballet et François de Bry, *op.cit.*, p. 177.

⁴⁸ Vezi în acest sens, William, H. Shaw, Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, Fifth Edition, Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, 1992, pp. 22-26; Manuel G. Velasquez, *Business Ethics, Concepts and Cases*, Second Edition, Prentice Hall, Englewood – Cliffs New Jersey, 1988, pp. 30-34; Jeffrey Olen & Vincent Barry, *Applying Ethics*, A text with readings, fourth edition, Wodsworth Publishing Company, Belmont, California, 1992, pp. 3-4.

⁴⁹ Manuel G. Velasquez, *Business Ethics, Concepts and Cases*, Second Edition, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1988, p. 34.

⁵⁰ Manuel G. Velasquez, *op.cit.*, p. 34.

⁵¹ Manuel G. Velasquez, *op.cit.*, p. 35.

⁵² Vezi, în acest sens, pe lângă Manuel G. Velasquez și Jean Moussé, 1. *Ethique et entreprise*, Librairie Vuibert, Paris, 1993, pp. 127-158; 2. *Fondements d'une éthique professionnelle*, Les Editions d'organisation, 1989, pp. 79-100.

⁵³ Manuel G. Velasquez dezvoltă pe larg această temă în *op.cit.*, pp. 47-58.

⁵⁴ Vezi cap. *Standarde morale*.

⁵⁵ Tema este veche și-n acest sens încă Aristotel în *Etica Nicomahică* raționează în acest fel: suntem autorii actelor noastre, după cum suntem părinții copiilor noștri; dacă am ales tocmai ceea ce am ales când puteam să alegem altceva, înseamnă că suntem responsabili de ceea ce am ales. Oricum, în studiile din etica afacerilor sunt amintiți cel mai adesea pentru această conexiune Aristotel, Kant, John Rawls, și, mult mai puțin, tradiția existențialistă (Sartre, de exemplu).

⁵⁶ Situația aceasta are, după cum se știe, un corespondent „tare“ în drept: *nimeni nu poate invoca necunoașterea legii*.

⁵⁷ Manuel G. Velasquez, *op.cit.*, pp. 37-38.

⁵⁸ Teoria disonanței cognitive formulate de Festinger își are corespondentul aproximativ în etică în două mari teme: dezacordurile în convingeri și dilemele morale. Pentru responsabilitatea corporației este evident că un rol important îl joacă evaluarea acordurilor și a dezacordurilor din lumea afacerilor, pe de o parte, între manageri și, pe de altă parte, între subordonați.

⁵⁹ Despre apelul la *sinceritate* și *bună-credință* vezi în *Moralități elementare*, Editura Paideia, București, 2004.

⁶⁰ Manuel G. Velasquez, *op.cit.*, p. 38.

⁶¹ *Datoria specială* este obiectul precis al deontologiei profesionale și în acest caz, se admite că obligațiile sunt explicite ca și, de altminteri, *sancțiunile* atașate lor.

⁶² Exemplul îi aparține tot lui Velasquez, ca și mare parte din cele spuse până aici, însă el poate fi extins la multe alte statute profesionale și, mai ales, la *rolurile* speciale pe care o persoană este chemată să le joace drept „sarcini de serviciu“.

⁶³ Ideea apare în André Comte Sponville, *Mic tratat al marilor virtuți*, Editura Univers, București, 1998. Vezi, de asemenea, Jean Moussé, *Ethique et entreprises*, Librairie Vuibert, Paris, 1993, *Les trois pôles de la responsabilité*, pp. 148-157.

⁶⁴ Manuel G. Velasquez, *op.cit.*, p. 40.

⁶⁵ Thomas M. Garret, *Business Ethics*, Englewood Cliffs, N.Y. Prentice Hall, 1986, pp. 12-13, *apud* Manuel G. Velasquez, *op.cit.*, p. 40.

⁶⁶ Peter A. French, „Corporate Moral Agency“, în *Ethical Theory and Business*, eds. Tom L. Beauchamp and Norman E. Bowie, Englewood Cliffs, N.Y. Prentice Hall, 1979, pp. 175-176, *apud* Manuel G. Velasquez, *idem*.

⁶⁷ Vezi William H. Shaw, Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, *ed.cit.*, cap. 5 Corporations, pp. 202-214.

⁶⁸ Vezi în acest sens și Dennis F. Thompson, *Political Ethics and Public Office*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 1987, pp. 96-123; Alasdair Mac Intyre în *Tratat de morală, După virtute*, Ed. Humanitas, București, 1998, insistă asupra ideii conform căreia *statutul nu stă la baza moralității*, iar responsabilitățile sunt asociate și de statut și de rol.

⁶⁹ Vezi Dennis F. Thompson, *op.cit.*, pp. 148-177.

⁷⁰ Manuel G. Velasquez, *op.cit.*, pp. 42-43.

⁷¹ Jeffrey Olen, Vincent Barry, *Applying Ethics*, ed. cit., pp. 423-463 (corporate responsibility).

⁷² Jeffrey Olen, Vincent Barry, *op.cit.*, p. 424.

⁷³ De asemenea, de exemplu, și „în dreptul civil sau comercial, mandatarul are drept de reprezentare a mandantului, ceea ce înseamnă că încheie acte juridice în numele și pe seama mandantului în limitele mandatului primit. Mandatarul nu acționează deci *in proprio nomine*, ci *in nomine alieno*. Oficialii aleși care reprezintă poporul, titularul suveranității, trebuie să facă un continuu exercițiu de legitimare și justificare a poziției în care se află tocmai pentru că nu acționează *in proprio nomine*, ci *in nomine aliene*”, Filon Morar, *Reprezentarea politică, actori și autori*, Ed. Paideia, București, 2001, p. 16.

⁷⁴ Monique Canto-Sperber (ed), *Dicționar de etică și filosofie morală*, articolul *Deontologie politică*, Ed. Babel, București (în curs de apariție, 2005).

⁷⁵ Jeffrey Olen, Vincent Barry, *op.cit.*, pp. 425-429.

⁷⁶ „to obey law and to make money for their stackholders“, *idem*, p. 426.

⁷⁷ Vezi referințele la Friedman din întregul volum.

⁷⁸ Este vorba, în esență, de celebrul argument al „mâinii invizibile”; dacă toți participanții la piață acționează în vederea propriului interes economic, rezultatul va fi, în fond, „în cel mai mare interes al fiecăruia”. De exemplu, dacă cererea pentru un anumit produs scade, producătorii pot alege să reducă producția și să concedieze temporar lucrători; muncitorii, la rândul lor, vor găsi locuri de muncă în altă industrie, una care are nevoie de mai mulți muncitori, pentru a ține pasul cu cererea consumatorului; în final, societatea are de câștigat; lucrătorii se duc unde este nevoie de ei, industriile supraextinse își recapătă bunul mers, iar consumatorii primesc ceea ce vor și ce le trebuie. Mai mult, potrivit acestui argument, dacă deciziile economice ar fi luate pe baza unei „noțiuni nelegitime de responsabilitate socială a companiilor”, atunci „întreaga economie, nu numai acționarii, ar avea de suferit: industriile ineficiente și supraextinse vor distruge resursele necesare, vor apărea deficaturi de bunuri necesare, iar prețurile și veniturile nu vor reflecta condițiile de piață, iar consecințele vor fi nedorite”. Vezi Jeffrey Olen, Vincent Barry, *op.cit.*, pp. 426-427.

⁷⁹ Această linie de apărare a viziunii înguste asupra responsabilității sociale face apel (după Jeffrey Olen) și la o anumită interpretare a utilitarismului și a *principiului celei mai mari fericiri pentru cel mai mare*

număr de oameni. După aceiași autori argumentul este, în esență, următorul: a) societatea actuală este, în fapt, *pluralistă*, și, în cadrul unor anumite limite, fiecare instituție este liberă să-și urmeze propriile scopuri, cel mai adesea, fără intervenția guvernului; b) dacă corporațiile își asumă responsabilități sociale largi și dacă aceste responsabilități vor avea întâietate în luarea deciziilor economice asupra mecanismelor pieței, atunci ele, de fapt, urmăresc scopuri ale guvernului și nu scopurile proprii ale corporației; c) această preluare a unor sarcini guvernamentale de către corporații este considerată *neînțeleaptă* din două motive: mai întâi, nimeni nu a ales personalul de conducere al companiilor pentru a stabili politici sociale; apoi, puterea companiilor este atât de mare încât asumarea de către acestea a unor responsabilități sociale prezintă mari pericole, pentru că acestea își pot folosi puterea nu numai pentru binele public, ci și pentru scopuri contrare; d) în concluzie, este util pentru companii nu să se substituie guvernului în privința binelui public și a realizării fericirii și bunăstării pentru cei mai mulți oameni; astfel „cel mai mare bine pe care societățile îl pot face pentru ele și pentru națiune este de a menține cea mai bună stare de sănătate financiară; sau, în cuvintele celebre ale lui Charles Wilson, Secretarul Apărării sub Dwight Eisenhower, *«ce e bine pentru General Motors e bine pentru America»*“, în Jeffrey Olen, Vincent Barry, *op.cit.*, p. 427.

⁸⁰ Vezi trimerterile la Friedman și din alte capitole.

⁸¹ Jeffrey Olen, Vincent Barry, *op.cit.*, p. 426.

⁸² *Idem*, p. 427.

⁸³ William H. Shaw, Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, Wodsworth Publishing Company, Belmont California, 1992, pp. 215-218.

⁸⁴ William H. Shaw, Vincent Barry, *op.cit.*, p. 217.

⁸⁵ William H. Shaw, Vincent Barry care trimit, în *op.cit.*, p. 218, la studiul lui Lewitt „The Danger of Social Responsibility“, amintit, în fapt, în aproape toate cărțile semnificative de etica afacerilor.

⁸⁶ *Idem*, pp. 427-429.

⁸⁷ „All of us, not just stackholders, are investors in corporations“, *op.cit.*, p. 429.

⁸⁸ Jeffrey Olen, Vincent Barry, *op.cit.*, pp. 429-431.

⁸⁹ *Idem*, pp. 431-433.

⁹⁰ Christopher D. Stone, *The Corporate Social Responsibility Debate*; *apud*, Jeffrey Olen, Vincent Barry, *ed.cit.*, p. 442.

⁹¹ Robert A. Dahl „A Prelude to Corporate Reform” în *Corporate Social Policy* (ed. Robert L. Hebroner and Paul London) Mass: Addison-Wesley Publishing Company, 1975, *apud*, Jeffrey Olen, Vincent Barry, *ed.cit.*, p. 447.

⁹² Norman E. Bowie, *Changing the Rules*, *apud*. Jeffrey Olen, Vincent Barry, *idem*, p. 448.

⁹³ Keith Davis and Robert L. Blomstrom, *Business and Society: Environment and Responsibility*, New York; McGraw-Hill Book Company, 1975, p. 50, *apud*, Jeffrey Olen, Vincent Barry, *idem*, p. 449.

⁹⁴ Thomas Donaldson, *Corporations and Morality*, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1982, *apud*, Jeffrey Olen, Vincent Barry, *idem*, p. 451.

⁹⁵ Preluăm acest model așa cum este el expus de Jérôme Ballet și Françoise de Bry în: *L'entreprise et l'éthique*, Editions du Seuil, Paris, 2001, p. 247 și urm.

⁹⁶ Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 249.

⁹⁷ Ideea este bine-cunoscută și ea a fost formulată de Kant în *Pentru pacea eternă* (1795).

⁹⁸ Vezi, îndeosebi, *Cele opt păcate capitale ale omenirii civilizate*, Ed. Trei, București, 1997 și *Așa-zisul rău. Despre istoria naturală a agresiunii*, Editura Humanitas, București, 1998.

⁹⁹ Vezi mai ales, *Agresivitatea umană*, Editura Trei, București, 1995 și *Iubire și ură*, Editura Trei, București, 1998.

¹⁰⁰ Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 266 și urm.

¹⁰¹ Am preluat citatul și o parte din interpretarea care urmează din Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 266 și respectiv 266-271.

¹⁰² Sursa: A. Derluc, *Leadership et Confiance*, Paris, Dunod, p. 132. Tabloul este preluat din Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 268.

¹⁰³ A. Hirschman, *Exit, Voice and Loyalty*, Cambridge, Harvard University Press, 1970. La noi, Radu Carp a analizat aceste distincții într-o teză de licență în științe politice, 2000.

¹⁰⁴ Vezi W.J. Baumol, *Perfect Markets and Easy Virtue: Business Ethics and the Invisible Hand*, Cambridge Mass., Blackwell, 1990.

¹⁰⁵ Acest concept a fost formulat în anii '20 ai secolului trecut înainte de Marea Recesiune, dar el a revenit în anii '80 o dată cu augmentarea interesului pentru dimensiunea morală a afacerilor.

¹⁰⁶ P. Koslowski, *Principes d'économie éthique*, Paris, Cerf, 1998, *apud*, Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 239.

¹⁰⁷ Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 240 și urm.

¹⁰⁸ Cf. infra Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 253.

¹⁰⁹ Redăm în continuare, fără modificări notabile, punctul de vedere sintetic oferit de Jérôme Ballet et Françoise de Bry în *op.cit.*, pp. 255 și urm.

¹¹⁰ Freeman R.E. et Reed D.L., *Stakeholders and Shareholders: A next Perspective and Corporate Governances* în „California Management Review“, 1983, vol. 25(3), p. 91, cf. Jérôme Ballet... *op.cit.*, p. 255.

¹¹¹ Freeman R.E., *Strategic Management: A stakeholder Approach*, Boston, 1984, p. 46, cf. Jérôme Ballet..., *op.cit.* p. 256.

¹¹² Clarkson M.B.E., *A Risk-Based Model of Stakeholder Theory*, Proceeding of the Second Toronto Conference on Stakeholder Theory, Toronto, 1994, cf. Jérôme Ballet..., *op.cit.*, p. 257.

¹¹³ Am preluat acest tabel apărut în Mitchell R.K., Agle B.R. and Wood D.J., *Toward a Theory of Stakeholder. Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts* în „Academy of Management Review“, 1997, vol. 22 (4), din Jérôme Ballet... *op.cit.*, p. 257-258.

¹¹⁴ *Idem*, p. 259.

¹¹⁵ Este vorba de celebra definiție a lui Max Weber: „Statul reprezintă autorizarea legitimă a violenței“.

¹¹⁶ Pfeffer I., *Power in Organisations*, Marshfield, Pitman, 1981.

¹¹⁷ Dahl R.A., *The Concept of Power* în „Behavioral Science“, vol. 2, 1957.

¹¹⁸ Suchman M.C., *Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches* în „Academy of Management Review“ vol. 20, 1995, p. 571-610. Sursele notelor 118, 119 și 120 sunt date după Jérôme Ballet... *ed.cit.*, p. 261.

¹¹⁹ Jérôme Ballet..., *ed.cit.*, p. 262.

¹²⁰ *Idem*, p. 263.

¹²¹ Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *ed.cit.*

¹²² Comision for Economic Development, 1971.

¹²³ Preluăm după Jérôme Ballet, Françoise de Bry, *L'entreprise et l'éthique*, Editions du Seuil, Paris, 2001, p. 185 și urm., analiza CSR 1, CSR 2, precum și modelul sintetic al lui A.B. Carroll (1979).

¹²⁴ Această propunere a fost criticată de Davis K. și Blomstrom R.L. în *Business and Society: Environment and Responsibility*, New York, McGraw-Hill, 1975, cf. Jérôme Ballet..., *op.cit.*, p. 185.

¹²⁵ Ackerman R.W., *The Social challenge to Business*, Cambridge Mass., Harvard University Press, 1976.

¹²⁶ Jérôme Ballet..., *op.cit.*, p. 187 îl citează în acest sens pe Frederick W.C., *From CSR 1 to CSR 2: Th Maturing of Business-and-Society Thought*, 1978, p. 6: „Corporate Social Responsiviness se referă la capacitatea întreprinderii de a răspunde presiunilor sociale... Este vorba de stabilirea mecanismelor, procedurilor și modelelor de comportament care, luate laolaltă, vor face ca organizarea să fie mai mult sau mai puțin capabilă să răspundă presiunilor sociale“.

¹²⁷ Cf. Jérôme Ballet..., *op.cit.*, p. 187.

¹²⁸ *Idem.*

¹²⁹ *Idem*, p. 190.

¹³⁰ *Idem*, p. 191.

¹³¹ *Idem*, p. 193.

¹³² *Idem*, p. 196.

¹³³ Cf. Jérôme Ballet..., *op.cit.*, p. 401.

¹³⁴ Vezi pe larg despre paternalism în Jérôme Ballet..., *op.cit.*, pp. 43-142.

¹³⁵ *Idem*, pp. 111-131.

¹³⁶ *Idem*, pp. 401-402.

¹³⁷ *Idem*, p. 402.

¹³⁸ Vezi Gilles Lipovetsky, *Amurgul datoriei*, Editura Babel, București, 1996.

¹³⁹ Jérôme Ballet, *op.cit.*, p. 403.

¹⁴⁰ *Idem.*

¹⁴¹ Vezi, în acest sens, Ioan Grigoraș, *Probleme de etică*, Ed. Universității „Al.I. Cuza“, Iași, 1999; Sorin-Tudor Maxim, 1. *Responsabilitatea morală*, Suceava, 2000 și 2. *Toleranța. Dreptul de diferență*, Ed. D.P., București, 2004; Gheorghe Ceaușu, *Omul și valorile – fenomenologia aroganței*, Ed. Viitorul Românesc, București, 2004.

Capitolul 7

Codificarea etică și afacerile

- 7.1. Instituționalizarea eticii în corporații
- 7.2. Codurile etice în lume
- 7.3. Aplicarea și limitele codului etic în sfera afacerilor
- 7.3.1. Punctele tari și punctele slabe ale codului etic

Capitolul 7

Codificarea etică și afacerile

În mod tacit, mai ales în grupurile mici și-n firmele cu număr relativ redus de angajați¹, există un nivel informal de *înțelegere etică*, de consens moral între indivizi asupra a ceea ce se numește „*minimul moral*” în comportare. Nevoia de codificare, adică de trecere de la reglarea spontană a comportamentului la o reglementare formală, oficială, este tot mai prezentă, mai ales o dată cu incertitudinea postmodernă² asupra temeiurilor aprecierii morale, dar și o dată cu creșterea numărului de angajați și mărirea cifrei de afaceri³. În fapt, *charta* sau *Codul*, calificate drept *etice*, *morale*, *deontologice* sau *de bună conduită*, sunt documente scrise referitoare la valorile, normele și conduitele pe care personalul unor întreprinderi sau companii trebuie sau ar trebui să le urmeze⁴. În principal, acești doi termeni, *chartă* și *cod* sunt departe de a fi *neutri* ca semnificație. Atât *Codul* cât și *Charta* sunt conotate din punct de vedere juridic. Cel dintâi cuvânt își află originea în *codex*-ul roman apărut la sfârșitul secolului al III-lea d.Hr., ilustrând substituirea materialului cărții, cel mai adesea cu pergamentul, ruloul de papyrus. Noțiunea modernă de *codificare* își găsește expresia în documentul scris, de legi, norme și reguli edictate, de obicei, de către stat. Cât despre *chartă*, ea este, mai întâi, simbolul unui raport de forțe istorice între seniorii și burghezii orașelor evului mediu, care cer eliberarea de obligațiile și interdicțiile medievale. Astfel, *charta de eliberare* acordată de senior, consacră în scris drepturile și privilegiile comunelor (oraș *nou*, oraș *liber*). Într-un sens mai general, ea desemnează, în dreptul constituțional, ansamblul de legi fundamentale ale unei țări, iar în dreptul internațional (*Charta*

Națiunilor Unite) ansamblul de legi fundamentale menit să reglementeze relațiile dintre statele lumii.⁵

Oricum, fie că este numit *Cod* sau *Chartă*, de fiecare dată este vorba tot de un act juridic unilateral, emanat de la o autoritate centrală; rege sau guvern pentru o națiune; lider sau Consiliu de Administrație pentru o firmă de afaceri. În orice caz, se poate ușor vedea că, în cazul întreprinderilor și companiilor, codurile etice sunt, de cele mai multe ori, concepute de conducerea generală, și, rareori, ele sunt rezultatul unui *consens a priori*. De asemenea, și-n spațiul anglo-american, și-n cel francez, din cei doi termeni, cel mai des utilizat pare a fi cel de *Cod* etic, și nu cel de *chartă* de conduită morală.

O definiție sintetică asupra codului etic, care acceptată de specialiștii englezi, americani, germani, japonezi și, deloc în ultimul rând, de cei francezi, ar suna astfel: codul etic este un document scris ce enunță și enumeră valorile, normele și tipurile de conduite pe care întreprinderea, firma sau compania dorește să le vadă aplicate atât în interior, cât și-n exterior. *Incitativ* (cu o dominantă culturală) sau *coercitiv* (cu o dominantă disciplinară), codul are menirea de-a atrage atenția oamenilor din organizație, dar și ansamblului de părți interesate (în producție, desfacere, afaceri), asupra faptului că *performanța economică* nu se obține cu orice preț, că scopul nu justifică întotdeauna mijloacele; el constituie un instrument de reglementare a relațiilor între firma văzută ca o entitate, ca o instituție ce se conduce după reguli formale și informale ce cuprind personalul acesteia și *stakeholders*⁶.

În plan universal se consideră că japonezii⁷ au elaborat printre primii coduri etice (sec. al XVII-lea), în timp ce Franța consemnează întâiul cod, intitulat *Principii de acțiune* ale întreprinderii Ciments Lafarge în 1977⁸.

Oricare ar fi vechimea acestor documente se constată că granița dintre *etică* și *deontologie* este rareori respectată. Astfel,

este vorba, când de un cod *pur etic*, când de un cod *deontologic*, când de o *chartă* în care se afirmă simultan principii etice și reglementări profesionale. Oricum, ceea ce este important este faptul că, în tot acest timp și în toate aceste țări, s-a impus ideea că, prin codul său, întreprinderea încearcă să răspundă: a) presiunilor interne sau externe exercitate asupra ei și să facă față acelor tipuri de *evenimente* care-i incriminează moralitatea; de asemenea, b) în numele „principiului precauției“, orice firmă de afaceri încearcă să se *disculpe anticipat*, față de orice acuzație potențială de amoralitate sau imoralitate, apărându-și, în același timp, interesele⁹. Aceasta n-a însemnat totuși că, înainte de publicarea codului etic, firmele (americane, franceze, japoneze etc.) erau lipsite de moralitate, ci că, pur și simplu, din multe motive, acestea au ajuns să-și dorească *a posteriori* (*etică reactivă*) sau *a priori* (*etică practică*) să-și facă cunoscute *principiile lor etice*. În orice caz, sunt prezente în istoria impunerii codurilor două tipuri de motive: unele *defensive*, altele *ofensive*¹⁰.

Rațiunile (motivele) *defensive* cele mai evidente sunt: a) dorința de autoreglare; b) dorința societății actuale de a fi morală; c) presiunea acționarilor (fondurile etice); d) presiunea consumatorilor (comerț echitabil); e) reacția la scandaluri (financiare, de mediu, sociale); f) reacția la elaborarea unei legi naționale, comunitare sau internaționale; g) restabilirea climatului social în firmă sau întreprindere. La fel de pregnante sunt și motivele *ofensive*: a) adoptarea unui regim managerial nou; b) ameliorarea reputației organizației; c) creșterea părților ocupate pe piață; d) nevoia unei referințe comune; e) clarificarea obiectivelor întreprinderii; f) descentralizarea deciziei; g) diferențierea față de concurență; h) stabilirea unei clientele fidele; i) implicarea personalului; j) recrutarea de salariați integri; k) orientarea și controlul comportamentului salariaților.

În orizont american, s-a conturat și un alt argument pentru nevoia de codificare etică. Așa cum s-a arătat deja, societatea americană fiind o societate legalistă (unde fiecare, în numele libertății individuale trebuie să-și poată exercita dreptul de a acționa în justiție, fără restricție și chiar fără autocenzură), există tendința de responsabilizare a oricui, dar mai ales a celor din categoriile: manageri, medici, avocați, acționari, funcționari publici ș.a. Fiind legalisti, tot ei au observat că există în același timp și anumite *limite* de acțiune a legii și tocmai aici intervine reglementarea formală de ordin moral. În acest sens, Christopher Stone¹¹ a surprins limitele în ceea ce legea poate să obțină, dar unde morala poate să judece și să responsabilizeze toate părțile interesate. Astfel, multe legi (cum ar fi de pildă, cele referitoare la controalele dispozitivelor cu pierderi toxice) sunt votate doar după ce există o cunoaștere generală a problemei (dar, din păcate, nu putem să nu constatăm că, între timp, s-au produs multe pagube și, uneori, chiar distrugeri). În al doilea rând, a formula legi corespunzătoare și a propune reglementări efective este, nu arareori, dificil, pentru că este greu să ajungi la un consens cu privire la fapte relevante, să determini ce remedieri vor funcționa și să decizi cum să cântărești valori conflictuale. Legile propuse și votate exprimă interesele luate în calcul, dar, oricum, când ele se aplică de către birourile guvernamentale (care au timp, modalități de instrumentare și expertiză limitate), acestea trebuie să se bazeze pe cooperare și asistența celor pe care îi reglementează. În al treilea rând, aplicarea legii întâmpină deseori obstacole. Astfel acțiunile legale împotriva corporațiilor sunt costisitoare și pot dura ani întregi. Stone arată că legea nu poate reuși singură și că *apelul la moralitate* este necesar tocmai pentru că legea, adeseori, pentru a se impune, trebuie să recurgă și la monitorizarea conduitei prin reglementări și sancțiuni etice. Prin urmare, Codurile sunt necesare și acolo unde legile sunt un reper ferm și stabil.

7.1. Instituționalizarea eticii în corporații

După cum s-a arătat deja, viziunea largă asupra responsabilității sociale a afacerilor a adus cu sine, printre altele, ideea că sfera etică – aplicată lumii comerțului, producției de bunuri și valori – trebuie să nu se reducă doar la judecata opiniei publice și la „apelul la conștiință” al tuturor celor implicați în aceste domenii. Explicit, apărătorii acestei viziuni susțin că etica trebuie instituționalizată în întreprinderi și organizații, iar elaborarea și aplicarea *Codurilor etice* ar fi o potrivită și necesară formulă practică în acest sens. În această privință un autor precum Camenish¹² raționează astfel: a) societatea actuală este cea care a ajuns în situația de-a garanta corporațiilor „dreptul de a exista”, ea le oferă acestora un statut legal ca entități și tot ea le permite să folosească resursele naturale; b) societatea face acest lucru nu pentru că ar fi îngăduitoare cu apetitul pentru profit al patronilor și directorilor, ci pentru că are nevoie ca „materia brută disponibilă să fie transformată în bunuri și servicii vitale, și din cauză că afacerile, în actuala lor formă, au avut un vădit succes în a face lucrul acesta”; c) societatea este îndreptățită pentru condițiile pe care le oferă corporațiilor să aștepte, în cele din urmă, ca activitățile acestora să nu genereze pagube sau distrugerii ireversibile.

În timpul din urmă ceea ce se numește lista responsabilităților corporațiilor merge dincolo de poruncile negative de tipul: *Să nu fiți corupți; Să nu poluați; Să nu mistificați prezentarea produselor*. Au fost incluse și datorii afirmative: *Să-i angajați pe cei mai buni dintre cei ce nu au un loc de muncă. Să acordați o atenție deosebită grupurilor dezavantajate (istoric sau etnic, și/sau rasial, fizic, religios etc.); Să vă implicați în acțiuni educative și de învățământ; Să îmbunătățiți condițiile de muncă*¹³.

Presupoziția care este tot mai mult acceptată este următoarea: corporațiile par a fi mai capabile să promoveze binele comun decât

sunt indivizii sau micile întreprinderi. Prin urmare, cum anume se poate realiza binele comun ține de ceva care trebuie codificat. De asemenea, cei ce gândesc așa, consideră că primul pas trebuie să fie crearea unui climat etic în interiorul corporației. Aceasta înseamnă acordarea de prioritate comportamentului moral. William H. Shaw arată că există cel puțin patru acțiuni ce pot fi invocate drept argumente pentru corporații:

1) Corporațiile ar trebui să recunoască importanța, ba chiar necesitatea de a-și conduce afacerile într-o manieră morală. Angajamentul lor față de un comportament etic ar trebui să fie neechivoc și foarte vizibil, începând de la consiliul director în jos;

2) Corporațiile ar trebui să facă un efort real în a-și încuraja membrii să-și asume, în mod serios, responsabilitățile morale. Acest angajament ar însemna să se pună capăt tuturor formelor de represalii la adresa celor ce „sabotează sistemul” și să fie recompensați angajații, pentru evaluarea deciziilor luate de corporații în contexte sociale și morale mai largi;

3) Corporațiile ar trebui să pună capăt comportamentului lor defensiv, în raport cu dezbaterea publică. Ele ar trebui să înceteze a răspunde cu „justă” indignare criticilor externe și să se abțină de la a se învălui automat în culorile roșu-alb-albastru, de întreprindere liberă, prin aceasta reducând la tăcere legitima întrebare în legătură cu un anume soi de subversiune politică. Dimpotrivă, corporațiile ar trebui să solicite activ și alte viziuni din partea acționarilor, a directorilor, a angajaților, a consumatorilor și a societății ca întreg. Corporațiile ar trebui să vină în întâmpinarea opiniilor din afară, în loc să aștepte până când controversa „vor zdruncina citadela”;

4) Corporațiile ar trebui să recunoască natura pluralistă a sistemului social din care fac parte. Societatea este formată din grupuri diverse, ce interacționează, toate fiind rivale și dorind să-și mențină autonomia și să-și promoveze interesele. Aceste grupuri sunt atât de strâns legate, încât acțiunile unuia afectează,

în mod inevitabil, situația altuia, pe diverse planuri: economic, politic, educațional, cultural. Ca parte a societății, corporațiile afectează multe grupuri, iar aceste grupuri afectează corporațiile. Dacă nu reușesc să realizeze aceasta, sau să se comporte ca atare, corporațiile pierd din vedere cadrul social ce guvernează relația lor cu mediul extern.¹⁴

Conduita etică în lumea afacerilor nu poate evita o întrebare obligatorie: această conduită crește sau scade eficiența economică? Evident că apărătorii viziunii înguste, Friedman în primul rând, argumentează că afacerile trebuie să se ocupe doar de profit, iar după ei, dacă ar fi să se aleagă între, pe de o parte, creșterea profitului și o redusă conduită etică și, pe de altă parte, o scădere a profitului și o mărită conduită etică, alegerea s-ar opri asupra primului termen. Cel ce combate o asemenea opinie este, printre alții, Kenneth Arrow. Argumentele aduse se configurează astfel: a) orice viață economică stabilă impune un anumit grad de conduită etică, adică „un element de încredere și credibilitate”. Aceste două stări psiho-morale nu se află numai în legătură cu ideea de *cost economic* și de *profit*; ele țin de morala elementară a grupurilor umane dintotdeauna (de exemplu, multe dintre afaceri sunt conduse pe baza acordurilor verbale); b) „există – în plus – cel puțin două tipuri de situații în care simpla regulă a maximizării profiturilor este inefficientă din punct de vedere social: cazul în care costurile nu sunt plătite (cum ar fi poluarea) și cazul în care vânzătorul cunoaște mai mult despre produsul său decât știe cumpărătorul”; c) în situația a doua în care cumpărătorului îi lipsește expertiza și cunoștințele vânzătorului, un cod etic folositor, care cere transparență maximă și stabilirea standardelor minime de performanță (de pildă, gradul de rezistență a unui nou automobil), va spori eficiența economică și nu o va diminua. În fapt, fără un astfel de cod, cumpărătorii pot achiziționa produse sau servicii de care nu au nevoie; sau se pot abține să cumpere produse și servicii de care au nevoie, din cauză că nu au încredere în vânzător; d) de asemenea, pentru ca un cod

să fie eficace, el trebuie să fie *realist*, adică să fie compatibil cu interesul colectiv implicat în afacere; a fi etic nu este întotdeauna sinonim cu a fi „rupt de realitate“, cu atât mai mult cu cât, în acest caz, termenul de „*realitate*“ înseamnă „mult mai multe consecințe“ decât cele *pur* economice¹⁵.

Întrebarea care se pune (William H. Shaw, Wincent Barry) tot mai acut este în esență aceasta: ce poate fi făcut pentru a optimiza climatul organizațional astfel încât să ne așteptăm, în mod rezonabil, ca membrii individuali să se comporte etic? Răspunsul este acela că dacă cei din interiorul corporației vor fi în favoarea comportamentului moral, atunci ei vor avea nevoie de *standarde morale* comunicate și statuate, care sunt *echitabile* și care întăresc *prestigiul* corporației. Înseamnă că instituționalizarea eticii în corporații înseamnă cel puțin trei lucruri, pe lângă grija permanentă de a îmbunătăți climatul moral și cel organizațional al acestora: a) adoptarea unui cod etic al corporației; b) stabilirea unui „comitet al principiilor etice de rang înalt“; c) o instruire de tip etic în programele de coordonare a dezvoltării.¹⁶

Cei mai mulți autori, atât din mediul francez, dar mai ales din cel anglo-american, sunt de părere că „un asemenea Cod nu ar trebui să fie o reclamă atrăgătoare sau să fie atât de general, încât să fie inutil“.¹⁷ El ar trebui, oricum, să fixeze scopuri și subscopuri rezonabile.

De asemenea, comitetul de etică ar trebui să fie investit cu autoritate și responsabilitate deplină, atât pentru a comunica codul și deciziile bazate pe el membrilor corporației, cât și pentru a clarifica și interpreta Codul când apar anumite nevoi, sau pentru a facilita utilizarea codului în investigarea abuzurilor și violărilor prescrise de acesta. Menirea codului și comitetului de etică este să-i disciplineze pe toți prin intermediul răsplății și oprobiului. După Snoeyenbos și Jewell, instituționalizarea principiilor etice în corporație, pe parcursul dezvoltării „industriei“ largi a codurilor etice, pentru a formula chestiuni în legătură cu o firmă

anume, va fi capabilă să stabilească un climat care să conducă la un proces moral de luare a deciziei.

7.2. Codurile etice în lume

Din motive istorice și de cultură a muncii, americanii și japonezii au impus, primii, codurile etice pentru firme, companii, întreprinderi sau diverse profesii. Conținutul acestora diferă de cel al codurilor europene, pentru motive legate, pe de o parte, de sistemul juridic american, și, pe de altă parte, de spiritul comunitar al japonezilor. Oricum, la sfârșitul secolului XX, conform unui studiu elaborat de *Center for Business Ethics* sunt date următoarele rezultate, plecând de la eșantionul Fortune 1000: în SUA 93% din firme aveau un cod etic (față de doar 75% cu zece ani înainte); în Japonia, în aceeași perioadă 77% din întreprinderi se ghidează după un cod etic, în timp ce în Europa 50% din marile companii se conduc după „texte etice” (din care 71% în Marea Britanie, 62% în Franța și 35% în Germania)¹⁸. Dincolo de diferențe naționale există un cadru general, de ordin legal, care a influențat și/sau a reglementat etic afacerile. Este vorba de texte internaționale și europene (vezi tabelul 1) care au slujit drept temei filosofic, juridic și moral pentru acest tip de reglementări.

Tabelul 1

Textele internaționale și europene care influențează și/sau reglementează codurile etice

1. Texte internaționale

- Cele 182 de *convenții internaționale ale muncii*.
- *Declarația de la Philadelphia* din 1944, care afirmă clar întâietatea obiectivelor sociale în politica internațională.
- *Declarația universală a drepturilor omului* din 10 decembrie

- *Convențiile internaționale legate de drepturile civile și politice și cele care privesc drepturile economice, sociale și culturale* din 16 decembrie 1966.

- *Declarația tripartită a principiilor privitoare la întreprinderile multinaționale și la politică* (O.I.T., 1977).

- *Liniile directoare pentru funcționarea întreprinderilor multinaționale* (O.C.D.E., 1976).

- *Convenția de suprimare a tuturor formelor de discriminare a femeilor* din 18 decembrie 1979.

- *Convenția Națiunilor Unite asupra drepturilor copilului* din 29 noiembrie 1989.

- *Declarația la nivel înalt de la Copenhaga* din 1995 pentru promovarea nevoilor sociale și a drepturilor fundamentale.

- *Global Compact* (Națiunile Unite, 1999).

- *Declarația asupra principiilor și drepturilor fundamentale a O.I.T.*, din 17 iunie 1998.

2. Textele europene

- 1972: *Carta socială europeană*.

- Decembrie 1989: *Carta comunitară a drepturilor sociale fundamentale*.

- Februarie 1992: *Protocoloale pentru politica socială* (tratatul de la Maastricht)

- Februarie 1994: *Rezoluția adoptată de Parlamentul European asupra introducerii clauzei sociale în sistemul unilateral și multilateral comercial*.

- Septembrie 1997: *Tratatul de la Amsterdam*.

- Septembrie 1997: *Codul comportamental, carta partenerilor sociali europeni din sectorul textile-confecții*.

- Ianuarie 1999: *Rezoluția Howitt* (după numele autorului) adoptată de Parlamentul European, intitulată „*Norme comunitare aplicabile întreprinderilor europene operante în PED*” (Țările în dezvoltare): către un cod de comportament.

- Decembrie 2000: *Carta drepturilor fundamentale a Uniunii Europene*.

• Iulie 2001: *Carta verde „Promovarea unui cadru european pentru responsabilitatea socială a întreprinderilor”*.

Izvoare: T. Brugvin: Rolul O.I.T. și al Uniunii europene față de codurile de conduită legate de normele fundamentale ale muncii, septembrie 2000 (site internet: <http://attac.org/fra/list/doc/brugvin24tm>). Cf. Jérôme Ballet..., 2001, pp. 371-372.

Vom evidenția, prin urmare, cazurile american, japonez și cel francez¹⁹. După cum se știe, etica americană a afacerilor²⁰ are un caracter *utilitarist* și *moralist*, ea răspunzând, în principal, presiunii *părților interesate*. Suportul eticii în afaceri este unul de tip *legalist*. În societatea americană – după cum am arătat deja –, fiecare, în numele libertății individuale, poate să-și exercite dreptul de a acționa în justiție fără restricție. Se asistă astfel, frecvent, la responsabilizarea oricui, fie că este vorba de manageri, directori de școli, medici, avocați, consumatori, acționari etc. În 1977 Congresul a adoptat un prim text legislativ, *Foreign Corrupt Practices Act*, într-un context de corupție în care au fost implicate mai multe companii americane în afaceri ilegale în străinătate. Acest text conține două dispoziții care se află la originea dezvoltării codurilor etice în firmele americane: a) amenzi mari și pedepse cu închisoarea pot fi impuse persoanelor compromise în afaceri de corupție; b) legea cere managerilor să instituie în întreprinderile lor un dispozitiv de control; c) aceste măsuri s-au dovedit a fi insuficiente, în special amenzile care, în 60% din cazuri, erau inferioare sumei de 10.000\$. În noiembrie 1991 a intrat în vigoare un alt text, *Federal Guidelines for Sentencing Organisations*, pentru a combate cu mai multă severitate infracțiunile comise de întreprinderi sau companii. Acesta prevede și un număr de „circumstanțe atenuante sau agravante” ce trebuie luate în considerare la pronunțarea verdictului. Circumstanțele atenuante sunt în număr de patru: a)

dacă șefii nu au cunoștință de existența infracțiunii; b) dacă există voința de cooperare cu justiția; c) dacă există dispoziții luate de firmă pentru a remedia stricăciunile, pentru a-i pedepsi pe vinovați și pentru a preveni recidivele; d) dacă există un program eficient de prevenire și detectare a delictelor în momentul în care infracțiunea a fost comisă. Este de remarcat că legea americană pune accentul pe prevenție stabilind un tratament mai blând pentru companiile care au un program efectiv de detectare a fraudelor. Legea le oferă chiar anumite dispoziții legale care le permit dovada bunei-credințe. Aceste recomandări sunt în număr de șapte (vezi tabelul 2). Aceste bariere permit firmelor să reducă până la 95% din amenzi. În felul acesta companiile sunt îndemnate să promoveze un cod etic. Acest text juridic servește drept dovadă în cazul unei acționări în justiție a companiei. Contrar codului etic francez acesta conține o valoare *juridică* a cărei nerespectare constituie o gravă abatere pentru salariatul care poate fi concediat.

Tabelul 2

Cele șapte recomandări ale Federal Guidelines for Sentencing Organisations (1991)

1. Stabilirea principiilor și procedurilor înainte de a direcționa comportamentele etice.
2. Numirea unuia sau a mai multor responsabili cu etica în organizație, pentru a urmări aplicarea acestor principii și proceduri.
3. Atenție ca acești responsabili să fie recunoscuți pentru integritatea lor (importanța *exemplarității*).
4. Comunicarea tuturor angajaților a acestor proceduri, într-un mod eficace (prin organizarea de sesiuni de formare sau prin distribuirea de publicații care să explice sensul și semnificația a ceea ce li se cere).
5. Instituirea unor mecanisme de control pentru a-i încuraja pe membrii organizației să se conformeze acestor principii.

6. Instituirea unui sistem de sancțiuni aplicabile în cazul violării acestor reguli și proceduri.

7. După descoperirea delictului, luarea de măsuri pentru evitarea recidivelor.

[Izvoare: S. Mercier, 1999, p. 47.] Cf. Jérôme Ballet..., 2001, p. 374.

În ceea ce privește situația Japoniei²¹, aceasta este puțin diferită față de cea americană, deoarece, deși japonezii s-au pliat pe civilizația occidentală, sunt prezente în același timp și influențe care țin de etosul tradițional nipon și de doctrine filosofico-morale, precum *confucianismul*, *shintoisul* și *budismul*. Este vorba în principal de valori morale precum: *devotamentul*, *seninătatea*, *căutarea fericirii*. Munca însăși este considerată *sfântă*, iar această credință este încă susținută de un naționalism de nezdrunctat. Nu este deci de mirare faptul că întreprinderile japoneze sunt receptive la adoptarea codurilor etice, ale căror cuvinte cheie gravitează în jurul *loialității*, *încrăderii*, *cooperării*, *armoniei*, *priorității clienților*, al *spiritului de comunitate* și, deloc la sfârșit, al „*contribuției la națiune*“, după cum o și dovedește codul grupului MATSUSHITA. Creată în 1918, această întreprindere familială, al cărei fondator K. Matsushita i-a și fost conducător până la moartea sa (în 1989), se bazează pe o *cartă etică*. Crezul întreprinderii Matsushita sună astfel: „progresul și dezvoltarea nu pot fi realizate decât prin cooperare și prin eforturile comune ale tuturor salariaților companiei noastre. Uniți, prin același spirit, ne angajăm să ne îndeplinim îndatoririle față de întreprindere cu devotament, zel și cinste“. În 1993 au fost redactate „cele șapte principii de bază ale întreprinderii Matsushita“²²:

1. *contribuția față de societate*. Trebuie să ne comportăm în conformitate cu obiectivele de bază ale managementului asumându-ne responsabilitățile de industriași față de comunitățile în care lucrăm;

2. *echitate și cinste*. Trebuie să fim corecți și cinstiți în toate relațiile noastre profesionale, precum și în comportamentul nostru personal. Talentele și cunoștințele noastre nu contează: fără integritate personală nu ne putem câștiga nici respectul celorlalți, nici pe al nostru personal și nu putem contribui la progresul spiritului de echipă;

3. *cooperare și spirit de echipă*. Pentru realizarea obiectivelor comune trebuie să adunăm laolaltă toate competențele noastre. Nici nu contează ce talente avem; fără cooperare și spirit de echipă nu ne mai rămâne decât numele întreprinderii;

4. *efort susținut pentru perfecționare*. Avem datoria de a ne perfecționa permanent și constant capacitățile în folosul societății, prin activitățile noastre profesionale. Doar făcând mereu aceste eforturi vom atinge obiectivele de bază și vom contribui la realizarea unei păci și prosperități durabile;

5. *amabilitate și umilință*. Avem datoria de a fi mereu plini de amabilitate și modești, respectând drepturile și nevoile celui alt, pentru a întări calitatea relațiilor noastre sociale și pentru a ameliora condițiile de viață din comunitățile noastre;

6. *adaptarea*. Avem datoria de a ne adapta permanent modul de gândire și comportamentul, contextelor mereu în schimbare, atenți să acționăm în armonie cu natura pentru a asigura progresul și succesul eforturilor noastre;

7. *gratitudinea*. Avem datoria de a fi recunoscători pentru toate avantajele pe care le-am primit, încrezători că această atitudine va fi izvorul unei infinite bucurii și o sursă de energie, datorită căreia vom putea învinge toate obstacolele pe care le vom întâlni.

Aceste principii apar, la prima vedere, ca foarte generale, dar, totuși, ele încearcă să răspundă unor probleme concrete din mentalul și comportamentul colectiv japonez. Folosirea persoanei întâi plural pune pe picior de egalitate întregul personal. Fiecare,

în funcția pe care o deține, trebuie să respecte aceste principii; nici un salariat, nici chiar conducătorul, nu este mai presus de aceste principii. S-a observat că valorile promovate de întreprinderile japoneze sunt puternic însușite de către angajați, care le sunt devotați „trup și suflet”. *Paternalismul* japonez rămâne foarte pregnant încă, chiar dacă s-au observat și anumite tendințe de atenuare a acestuia: loc de muncă pe viață; sistem comunitar stabil, o logică a grupului și a familiei. În felul acesta salariatul rămâne dependent de întreprindere neexistând o cezură între valorile lui morale și valorile firmei în care lucrează. În acest fel, instituirea unui cod etic nu face decât să-i amintească angajatului principiile care au condus întotdeauna organizația și cărora el li se supune, chiar dacă nu le împărtășește, mai ales în ultimul timp, întru totul.

Este bine cunoscut, în ultima perioadă, codul KEIDANREN care pune accentul pe calitatea produselor, pe creșterea bunăstării salariaților, pe respectarea legii, pe respectul față de consumator și față de mediu, pe echitate, pe responsabilitatea tuturor actelor fiecărui angajat. De menționat că buna aplicare a acestui cod este pusă în relație cu un sistem de control (vezi tabelul 3).

Tabelul 3

Carta Keidanren

Precedată de un preambul, această carte propune întreprinderilor trei teme fundamentale, subdivizate în principii:

1. *Buna cetățenie a întreprinderilor* (șapte principii): propunerea de bunuri și servicii excelente pentru societate; viața salariaților să fie înfloritoare; mediul să fie luat în seamă; să se contribuie la progresul societății; protecția socială să fie ameliorată, să fie reprimat orice comportament asocial; promovarea comunicării cu consumatorii și cu publicul.

2. *Integritatea* (cinci principii): legea să fie întotdeauna respectată; conduita întreprinderii să fie loială și transparentă; să fie respectate principiile conform cărora întreprinderea trebuie să-și asume

responsabilitatea propriilor acte și decizii; informațiile să fie obținute și utilizate în mod echitabil; să fie puse la punct practici comerciale acceptabile pe plan internațional.

3. *Gestiunea la nivel înalt* (trei principii): șefii de întreprindere trebuie să vegheze ca spiritul acestei carte să fie mereu în vigoare; aceștia să se asigure că legile și regulamentele sunt urmate; să se creeze un serviciu însărcinat cu urmărirea comportamentului salariaților.

Izvoare: *Întreprinderea etică*, nr. 3 oct. 1995, p. 64,
cf. Jérôme Ballet..., 2001, p. 376.

În Franța codificarea etică este foarte puțin prezentă la întreprinderile mici ca număr de salariați și ca cifră de afaceri. Aceeași situație este prezentă și în întreprinderile americane (vezi tabelul 4).

Tabelul 4

Impactul mărimii întreprinderii asupra formalizării eticii

Tipul documentului	Mărimea întreprinderilor			
	Mică (sub 2.500 de salariați) N = 125	Mijlocie (2500- 9,999de salariați) N = 316	Mare (peste 10.000 de salariați) N = 259	Eșantion total N = 700
Cod etic	36%	53,5%	61,4%	53,3%
Formularea politicii	23,2%	30,7%	30,5%	29,3%
Principii de conduită	35,2%	42,1%	50,2%	43,9%
Documente etice în curs de elaborare	6,4%	2,2%	2,3%	3%
Fără document etic	20%	10,4%	5,17%	10%
Difuzarea documentului către toți salariații	45,6%	57%	58,7%	55,6%

Izvoare: Mercier, 1997, p. 42, adaptat de Robertson, 1991,
cf. Jérôme Ballet..., 2001, p. 381.

Jérôme Ballet și Françoise de Bry argumentează că prezența codurilor etice este determinată de următorii factori: a) întreprinderi mari; b) vechime considerabilă a organizației; c) paternalism pregnant și firmă în creștere; d) activitate cu risc crescut²³. În genere, cauza cea mai pregnantă a nevoii de cod etic este identificată în *mărimea* întreprinderii. Este simptomatică în acest fel introducerea la un cod etic din Franța, în care președintele unei companii de informatică scrie următoarele: „Întreprinderea noastră a depășit pragul de o mie de persoane. De acum simpla tradiție orală nu mai ajunge pentru a difuza filosofia întreprinderii noastre. A venit momentul să gravăm tablele legilor noastre, pentru ca fiecare, într-o structură descentralizată, să cunoască esența doctrinei și să poată face referire la ea”²⁴.

Oricum însă, trimiterea la legitimitatea juridică a codurilor etice este prezentă, cu unele diferențe, atât la americani, cât și la francezi. De pildă, în *Ghidul practicii afacerilor* al grupului Hewlett-Packard, președintele anunță încă din preambul: „nerespectarea acestor reguli este considerată o gravă abatere ce poate atrage rezilierea contractului de muncă”²⁵. Această simplă frază exprimă în formă concentrată *legitimitatea* de ordin *legal* a acestor coduri. Totodată, prin urmare, aceste documente etice nu sunt simple înșiruiți de recomandări mai mult sau mai puțin morale; ele se raportează la situații care țin de *dreptul muncii*: organizarea relațiilor din interiorul întreprinderilor, dar și a celor cu părțile interesate exterioare acesteia (furnizori, clienți etc.). Dacă este vorba despre dreptul american, libertatea contractuală a angajatorilor este mult mai importantă decât în Franța. Codul etic poate avea în acest caz o valoare juridică, din moment ce conducătorul poate dovedi că salariatul a luat cunoștință de ea. În Franța, până la legea Auroux, din 1992, conducătorul întreprinderii exercita în unitate o putere discreționară. Și astăzi, el dispune de putere (de reglementare, disciplinară), dar strict încadrată în norme

legale, de convenții și acorduri. În orice caz, în Franța²⁶, valoarea juridică a documentelor etice reiese fie din asimilarea acestora regulamentelor de ordine interioară, fie din puterea normativă a angajatorului. De asemenea, este de menționat că, printre legile Auroux, cea din 4 august 1982 (cf. art. 122-33 din *Codul muncii*) a impus redactarea unui regulament de ordine interioară în cadrul întreprinderilor cu mai mult de 20 de salariați. Acest regulament intern include măsuri de publicitate și control, iar cuprinsul său este strict limitat la *Codul muncii* (vezi Tabelul 5).

Tabelul 5

***Principalele articole din Codul muncii, reglementând
Regulamentul de ordine interioară din Dreptul francez***

Art. L. 122-33. Regulamentul de ordine interioară este obligatoriu în întreprinderile sau așezămintele industriale, comerciale sau agricole, instituțiile publice cu caracter industrial și comercial, birourile publice și ministeriale, profesiunile liberale, societățile civile, sindicatele profesionale, societățile mutuale, organismele de securitate socială, cu excepția celor care au un caracter de instituție publică administrativă, și a asociațiilor sau a oricăror organisme de drept privat, oricare ar fi forma și obiectul lor, unde sunt folosiți cel puțin douăzeci de salariați.

Art. L. 122-34. Regulamentul de ordine interioară este un document scris prin care angajatorul fixează exclusiv:

- măsurile de aplicare a reglementării în materie de igienă și de securitate în întreprindere sau instituție (L. nr. 91-1414 din 31 decembrie 1991) și anume instrucțiunile prevăzute de articolul L. 230-3; aceste instrucțiuni precizează, în special atunci când natura riscurilor justifică acest lucru, condițiile de utilizare a echipamentelor de lucru, a echipamentelor de protecție individuală, a substanțelor și a preparatelor periculoase; ele trebuie adaptate naturii sarcinilor ce trebuie îndeplinite;

- condițiile în care salariații pot fi chemați să participe, la cererea angajatorului, la restabilirea condițiilor de muncă în securitate și a sănătății salariaților de îndată ce s-ar observa semne care să le compromită;

– regulile generale și permanente relative la disciplină, și anume la natura și gradul sancțiunilor pe care le poate aplica angajatorul. (...)

Art. L. 122-35. (...) (Regulamentul de ordine interioară) nu poate să aducă drepturilor persoanelor și libertăților individuale și colective restricții care să nu fie justificate prin natura sarcinii ce trebuie îndeplinită sau raportate la scopul propus.

El nu poate să comporte dispoziții care să îi lezeze pe salariați în funcția sau munca lor, pentru motive de sex, de obiceiuri, de situație, de origine, de opțiuni sau confesiune, de handicap, în condiții de capacitate egale.

Art. L. 122-36. Regulamentul de ordine interioară nu poate fi introdus decât după ce a fost supus aprobării comitetului întreprinderii sau, în lipsa acestuia, aprobării delegaților personalului, precum și, pentru rațiuni de competență, aprobării delegaților personalului, precum și, pentru rațiuni de competență, aprobării comitetului de igienă și securitate. (...)

Art. L. 122-39. Notele de serviciu sau orice alt document conținând recomandări generale și permanente în materiile menționate în articolul L. 122-34 sunt, atunci când există un regulament de ordine interioară, considerate ca adăugiri aduse acestui regulament de ordine interioară; ele sunt, în oricare situație, supuse dispozițiilor prezentei sub-sectiuni.

De pildă, Articolele 122-39 din *Codul muncii* precizează că notele de serviciu, sau oricare alt document, pot fi considerate *adaosuri* la regulamentul de ordine interioară, chiar dacă este vorba despre recomandări generale și permanente în materie de „relații cu exteriorul”.²⁷ Așa a fost, de exemplu, cazul pentru Disney Look al parcului Eurodisney care a fost integrat regulamentului de ordine interioară. Astfel, când un Cod este recunoscut ca un adaos la regulamentul de ordine interioară, angajatorul are obligația să i se conformeze, iar salariații pot fi sancționați în cazul nerespectării prescripțiilor legale. Aceasta în cazul în care Codul respectă obligațiile prevăzute de articolele L. 122-36 din *Codul muncii*. Pentru toate celelalte dispoziții, Codul

(sau oricare alt document etic) nu poate fi considerat ca un adaos la regulamentul de ordine interioară, ci, drept act de gestiune unilaterală al angajatorului. Aceste acte pot aduce avantaje salariaților, dar îl limitează pe angajator. În acest sens, principiul de ordine publică socială, fiind clauza cea mai favorabilă angajaților este cel care se aplică, chiar dacă el este invocat de surse inferioare. De asemenea, poate fi evocat principiul *dreptului dobândit*. Astfel, instanțe conducătorul firmei nu mai poate modifica sau anula, prin simpla sa autoritate, clauza aceasta.

Dacă Codul sau unele din clauzele sale nu pot fi socotite ca un adaos la regulamentul de ordine interioară, sau ca rezultat al puterii normative exercitate de angajator, atunci conducătorul întreprinderii poate modifica sau anula după bunul plan „deciziile ordinare” ce țin de gestiune. În orice caz, însă grija legislatorului francez este aceea de a evita ca un document, de orice natură ar fi el, să poată răstălmăci sau goli de sens textele ce alcătuiesc regulamentul de ordine interioară²⁸. În fapt, ideea este că, în nici un caz, codurile etice nu trebuie să limiteze libertățile salariaților. De menționat însă (Jérôme Ballet... 2001) în această privință că judecătorii se arată neîncrezători. Astfel, un binecunoscut procuror, E. de Montgolfier, consideră „codurile etice, praf în ochi; întâi, ele pun în evidență strategii de comunicare; dar, în privința problemelor de fond, nu sunt prea sigur că lucrurile s-au schimbat cu adevărat”. De asemenea, pentru P. Courroye, judecător de instrucție, astăzi procuror general, „etica ar trebui să fie naturală și nici n-ar fi nevoie să fie afișată. E ca și cum domnul Jourdain s-ar lăuda că face proză vorbind. Nu ar trebui ca întreprinderile să rămână doar la simpla afișare a eticii”²⁹.

În plan universal, se poate vorbi de două tipuri de dominante în ceea ce privește felul în care au fost implementate codurile: a) prin *impunere* sau b) prin elaborare în *comun*.³⁰ Unii consideră că avem de-a face în acest caz cu „două logici” ce se înfruntă sau se completează. Cea dintâi îi invită pe salariați să

asculte cu strictețe de reguile codului etic la elaborarea căruia nu au participat (logica *obediinței*, a *supunerii*). Cea de-a doua implică ideea ca salariații să adere la valorile și scopurile întreprinderii prin înțelegerea consecințelor actelor lor (logica *responsabilității*).

Temele abordate în Coduri se grupează în jurul câtorva mari subiecte: principiile fundamentale ale organizării (valori, principii de acțiune etc.), comportamentul salariaților, raporturile cu părțile interesate (acționari, clienți, furnizori, colectivități locale, guvern), protecția mediului (vezi tabelul 6).

Tabelul 6

Câteva sumare de coduri

I. Principii de acțiune <i>Lafarge-Coppée</i> • Un grup industrial internațional – un grup – industrial – internațional – independent	• Responsabilitățile întreprinderii – să răspundă așteptărilor acționarilor – Clientul: un partener de reușită – O concepție despre omul la lucru – Întreprinderea și societatea
II. Principii de conduita afacerilor – Grupul Nestlé • Legislații și recomandări internaționale • Relații cu consumatorii • Copiii în calitate de consumatori • Bebeluși • Resurse umane și condiții de muncă • Munca copiilor • Parteneri de afaceri	• Conflicte de interese • Relații de afaceri cu furnizorii • Concurența • Relații externe • Protecția mediului • Materiile prime agricole • Cumpărarea directă de materii prime agricole de către Nestlé

III. <i>Norme de conduită</i> – OTIS – Europa de nord 1. <i>Clienți și furnizori</i> 1.1. Conflicte de interese 1.2. Crearea de legi anti-trust 1.3. Piețe publice americane 1.4. Calitate și securitate a produselor 1.5. Marketing și vânzare 1.6. Consultații, mandatar și agenți 1.7. Protecția informațiilor confidențiale 1.8. Furnizori și agenți 1.9. Corectarea erorilor 2. <i>Angajații</i> 2.1. Egalitatea șanselor în muncă 2.2. Mediul de lucru 2.3. Abuzul de drog și de alcool 2.4. Viața privată a angajaților 2.5. Sinceritatea comunicărilor 2.6. Promovarea angajaților 2.7. Salarii și recompense 3. <i>Acționarii</i> 3.1. Randamentul investițiilor 3.2. Protejarea activului 3.2.1. Imobilizările corporale 3.2.2. Proprietatea intelectuală	3.3. Exactitatea conturilor societății 3.4. Comunicările către acționari 4. <i>Participarea la viața colectivității</i> 4.1. Contribuții politice 4.2. Participarea angajaților la viața politică 4.3. Controlul exporturilor 4.4. Lege asupra practicilor de corupție în străinătate 4.5. Boicot internațional și practici comerciale restrictive 4.6. Legi și cutume locale 4.7. Probleme legate de mediu 5. <i>Concurenții</i> 5.1. Legi anti-trust 5.2. Informații asupra concurenței 5.3. Comercializare, vânzare și publicitate 6. <i>Responsabilități ale angajaților</i> 6.1. Cunoașterea normelor 6.2. Comunicarea abaterilor

Sursa: Jérôme Ballet, 2001, p. 385.

Atunci când codurile sunt scrise la persoana întâi singular ele *reprezintă* salariatul.³¹ Astfel, în *Cartea albastră* de la Accor se specifică: „în calitate de colaborator la Accor îmi asum utilizarea economică și eficientă (rentabilă) a resurselor care îmi

sunt încredințate; protejez persoanele și bunurile ce se află în responsabilitatea mea“. De asemenea, aceeași intenție este vizibilă și prin utilizarea persoanei întâi plural („Noi și valorile noastre“ de la *Canterpillar* sau „rațiunea noastră de a exista“ de la *Procter and Gamble*). Cazul cel mai obișnuit este cel al întrebuintării persoanei a treia singular și, în acest caz, codurile se prezintă simultan sau exclusiv ca niște liste de principii generale și/sau recomandări (*Cele zece valori*, de la Bouygnes; *Cele șapte valori*, de la Vivendi; „*Decalogul*“ de la Peugeot Sochaux), dar și ca listă de norme și directive, nu numai cu privire la personal, dar și referitoare la ansamblul părților interesate (*Spiritul Philips*; *Principii de acțiune* – Lafarge și Elf; *Directive pentru conducerea afacerilor* – Control Data). De asemenea, unele coduri se orientează în mod prioritar spre proiectul firmei (*Valorile grupului Danone*; *Pasiunea slujbei: proiect al întreprinderii A.G.F.*; *Cartea etică a grupului Lyonnaise des Eaux* etc.).

În ceea ce privește stilul de redactare, codurile pot fi adeseori solemne și pretențioase, iar uneori doar pedagogice și recomandative. De multe ori, tonul lor poate fi *pozitiv*, precum, de exemplu, în *Charta Syntex* („Îndepliniți-vă sarcinile după o înțelegere clară a responsabilităților noastre (...) Luați inițiativa de a informa unde ați ajuns cu lucrul“), dar și *negativ*, precum cel de la Procter and Gamble („Societatea își face o chestiune de principiu din a nu tolera niciodată ca un membru al Grupului Procter and Gamble să recurgă la procedee neloiale sau ilicite, în orice țară s-ar afla“) ³².

Se admite tot mai frecvent ideea conform căreia codurile elaborate sub influența spiritului francez ³³ sunt mai degrabă *coduri moniste*, în timp ce cele aparținând spiritului anglo-american sunt preeminente *coduri holiste* (vezi tabelul 7).

Tabelul 7

Două tipuri de coduri etice

	Coduri moniste	Coduri holiste
Abordare	Bazată pe cultura conducătorului Bazată pe cultura întreprinderii	Bazată pe aprecierea intereselor părților interesate
Mod de elaborare	Audit al culturii întreprinderii	Analiza sistemului de interacțiuni și interese angajate
Legitimare	Valori împărtășite Apartenența comunitară	Recunoașterea intereselor celuilalt
Îndemnuri	Convingerea conducătorului Voluntarismul	Juridismul Comunicarea externă
Metodă	Cu tendință deductivă	Cu tendință inductivă
Logică	Logica responsabilității	Logica supunerii
Sursa motivațiilor	Apartenența la întreprindere (mândria)	Logica disciplinară
Controlul	Autocontrolul prin sistemul de valori stabilit	Controlul birocratic intern sau extern
Difuzarea	Membrii întreprinderii	Părțile interesate
Exemple	Modelul cu dominanță franceză: Bouygnes, PSA, Vivendi	Modelul cu dominanță americană: Filiale ale întreprinderilor americane în Franța: Control Data, Hewlett-Packard, IBM Întreprinderi franceze: Elf, Framatome, Lagardère...
Puncte forte	Puternica adeziune a personalului (legături afective) Nici o necesitate de arbitraj sau de control	Sistem deschis Libertatea individului
Puncte slabe	Izolarea sau accentuarea izolării întreprinderii față de societatea înconjurătoare	Absența referințelor la un sistem de valori, din care decurge problema legitimității intereselor

Izvoare: adaptat de F. Seidel, 1998, p. 89, cf. Jérôme Ballet..., 2001, p. 389.

Aceste două demersuri pot coexista în cuprinsul unor coduri etice. Astfel, în „Principii de acțiune“ al grupului Lafarge, conducătorul grupului, O. Lecerf a jucat un rol determinant în elaborarea lor. Acest text reflectă în același timp atât valorile întreprinderii cât și principiile etice operaționale. Elaborarea acestui cod este bazată pe consultație și pe lucrul în comun. Începând cu 1977, conținutul său a evoluat de mai multe ori, ca urmare a discuțiilor succesive care au avut loc (în 1978, 1982, 1985, 1989 și 1995). Aceste principii au o largă difuzare (distribuire de texte, stagii de formare) în cadrul grupului, afișate local și publicat în șase limbi. „Nu este important să fie perfect, ci să fie viu (...) și trăit de cel mai mare număr de colaboratori ai grupului Lafarge.“³⁴

Unele întreprinderi pun să fie semnat codul de către personal sau îl anexează la contractul de muncă al noilor angajați. Dar oare această adeziune a salariatului dă Cartei o valoare juridică? Sau, și mai general, codul etic are o legitimitate juridică dacă salariatul aderă sau nu la el? După cum am văzut există un răspuns sensibil diferit – în spațiul francez și cel american – la aceste interogații.

În fine, merită să aducem în prim-plan un tablou care surprinde situația din Europa în ceea ce privește întreprinderile și companiile care funcționează deja de mai mulți ani pe baza unor coduri etice.

Tabelul 8

Întreprinderi europene având un cod etic (1999)

	Europa		Marea Britanie		Franța		Germania	
	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%
Eșantion total din care	78	100	33	100	15	100	30	100
• cu firmă mamă în Statele Unite	19	24	9	27	5	33	5	18
• cu filiale în Statele Unite	54	70	23	70	8	53	23	76
• fără legătură cu Statele Unite	5	6	1	3	2	13	2	7

Sursa: Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *L'entreprise et l'éthique*, 2001, p. 370.

7.3. Aplicarea și limitele codului etic în sfera afacerilor

O dată redactat codul (uneori, prin inițiativa Comitetului de etică)³⁵, acesta urmează să fie difuzat tuturor celor direct legați de firmă sau doar unei părți din personal. Această operațiune este importantă în măsura în care ea condiționează impactul documentului asupra salariaților. În marea majoritate a companiilor, direcția de resurse umane este cea însărcinată cu difuzarea, dar uneori face același lucru și departamentul de comunicare sau oficiul juridic.³⁶ Distribuirea documentului se efectuează de cele mai multe ori pe cale ierarhică. În actualul proces de globalizare, în cazul, de pildă, al companiilor franceze cu filiale în străinătate sau al întreprinderilor străine stabilite în Franța, codul este tradus în limbile necesare. (Astfel, Lafarge îl traduce deja în șase limbi, iar Accor în limbile de circulație universală). Înțelegerea conținutului acestui document etic este

foarte importantă pentru asimilarea sa atât în plan intelectual, cât și, mai ales, pentru asimilarea deprinderilor morale: de a fi onest, responsabil, conștiincios, harnic, perseverent etc. A difuza codul este doar un prim pas, unul *necesar* pentru conștientizarea fiecăruia asupra aspectelor etice ale activității sale, dar nu și *suficient* pentru a genera, mereu, numai beneficii morale sigure. După cum se știe, oamenii pot *cunoaște binele moral*, și totuși să aleagă să se comporte rău.³⁷ Oricum, ceea ce este cert este faptul că difuzarea codului trebuie să fie însoțită de un instructaj, realizat de obicei de către o persoană care a contribuit la redactarea documentului. Atât în Europa, cât și în S.U.A. acest instructaj este integrat primei zile de muncă, codul fiind, de asemenea, anexat contractului de muncă.³⁸

Restrictivă, de obicei, respectarea acestei carte etice implică stabilirea mijloacelor de control. În conformitate cu organizarea întreprinderii, controlul urmează să fie efectuat de către serviciul de contabilitate, de serviciul de verificare a calității, de serviciul juridic sau de către un serviciu sau un responsabil desemnat de direcția generală. Marile întreprinderi dispun de un *deontolog* și de un *comitet de etică*.³⁹ Astfel, la *Lyonnaise des Eaux*, în capitolul VII din *Carta etică* se prevede stabilirea unui comitet de etică, „înstituit de către consiliul de supraveghere“, ... „însărcinat cu supravegherea respectării valorilor individuale și colective pe care Grupul își fondează acțiunea și regulile de comportament pe care fiecare dintre colaboratorii săi trebuie să le aplice“.⁴⁰ Oricum, membrii comitetului de etică ai acestui Grup sunt obligați să se reunească cel puțin o dată pe an, iar la această întâlnire cel puțin jumătate dintre ei trebuie să fie prezenți.⁴¹

Se consideră că fiecare societate a grupului trebuie să aibă un comitet de etică, iar acest dispozitiv de control trebuie să fie completat cu deontologi. Sarcina lor cuprinde patru domenii: a) ei propun „o strategie și acțiuni având menirea de a garanta respectarea cartei“; b) ei supraveghează difuzarea documentelor

etice; c) ei răspund de acțiunile lor și de comportamentele observate în fața președintelui societății și a comitetului de etică din care fac parte; d) ei consiliază pe orice interlocutor din întreprindere.⁴²

Unele întreprinderi procedează periodic sau în funcție de necesități la revizuirea codului. Sistemul de revizuire este arareori prevăzut în document. El variază în funcție de vechimea întreprinderii în practica etică. În ceea ce privește Grupul Lafarge acesta a efectuat deja mai multe revizuii (cinci de la prima redactare). Două considerente au condus la rescrierea acestui text: a) caracterul său prea general, prea puțin operațional și prea puțin dinamic; b) principii „prea franceze”. „Cea mai mare parte a operei de rescriere a debutat cu ascultarea riguroasă a ce considerau a fi important germanii, americanii, brazilienii, canadienii, spaniolii, marocanii și turcii, urmată apoi de o succesiune a lucrului pe grupe, care a avut loc în timpul iernii în aceste țări”⁴³, scrie D. Hoestlandt, directorul dezvoltării sociale a acestui grup. Dar, mai ales filialele grupurilor străine (Hewlett-Packard, IBM etc.) se ocupă de aceste revizuii, pentru a corecta defecțiunile evidențiate de practica cotidiană a cartei, și pentru a o face cât mai operațională. Ele constituie un răspuns la modificările legilor naționale și celor ale mediului.

7.3.1. *Punctele tari și punctele slabe ale codului etic*

Un audit, sub formă de chestionar, ca la Lafarge, sau o anchetă, ca la UAP, permite măsurarea impactului codului etic asupra personalului. Acest lucru se întâmplă arareori, având în vedere costul, dar și lipsa de credibilitate a rezultatului: dificultatea de a descoperi criterii adecvate, subiectivitatea răspunsurilor personalului. Se pare că salariații primesc cu atât mai bine documentul, cu cât au fost implicați în elaborarea lui

(procesul democratic), cu cât conducătorul impune prin exemplul personal și cu cât cultura întreprinderii este mai puternică. Codurile prea generale descumpănesc personalul, care nu le vede utilitatea și le consideră ca niște „gadget-uri“ pentru comunicarea externă a întreprinderii. Se poate considera că un cod este eficient în întreprindere dacă există o coerență între etica formală și informală și dacă se simte participarea salariaților.⁴⁴

O anchetă apărută în revista *Personnel*⁴⁵, realizată pentru 2.000 de cadre medii, indică faptul că 92% din cadrele interogate aprobă adoptarea unui cod etic și 61% consideră că acesta poate ameliora performanțele întreprinderii. Punctele slabe ale codificării (rezumate în tabelul 8), explică ineficacitatea unui astfel de document și refuzul unor întreprinderi de a adopta coduri etice.

Mai intervin și alte motivări ale non-codificării eticii în întreprindere⁴⁶, care țin de efectele modei, de absența presiunilor externe, de contextul de restructurare, de eșecul unei codificări anterioare, de descentralizarea activităților și de inadaptarea culturii de întreprindere. Acest ultim motiv este cel mai adesea invocat de întreprinderile care critică „ipocrizia anglo-saxonă“. Conducătorii lor au mai multă încredere într-o etică informală și se gândesc că, în acest domeniu, „mai bine să faci decât să vorbești“.⁴⁷

Putem concluziona alături de Jérôme Ballet (2001): „Între efect al modei și necesitate, concepție filosofică și legalism, codul etic pune în evidență starea de spirit a întreprinderii. El poate deveni un instrument de gestiune important din momentul în care acordul general, încrederea mutuală, exemplul președintelui în elaborarea sa sunt vizibile, dar nu trebuie considerat ca un *instrument-minune*, care va rezolva toate conflictele de interese în întreprindere“.⁴⁸

Tabelul 8

Punctele slabe ale codificării***Dificultăți de redactare:***

1. – Codurile sunt imprecise și vide de sens
2. – Codurile sunt expresia unui idealism vag, fără aplicare practică

3. – Codurile au un caracter exterior și o natură prohibitivă
4. – Virtuțile nu pot fi legiferate
5. – Codurile sunt nesănătoase din punct de vedere psihologic

Motivații prin care codurile sunt puse sub semnul îndoielii:

1. – Codurile nu corespund așteptărilor reale în întreprindere, dar sunt elaborate pentru a ameliora „imaginea externă” a firmei
2. – Codurile constituie o măsură de securitate nevrotică, pentru a simplifica decizia personală
3. – Codurile constituie o armă concurențială pentru întreprinderile inefficiente
4. – Elaborarea unui cod creează o atitudine de suspiciune din partea publicului care consideră că, înainte de crearea codului întreprinderea nu era morală.

Dificultăți de aplicare:

1. – Este greu de crezut că opoziții la etică pot fi convertiți prin simpla lectură a unui cod
2. – Codurile nu pot reduce practicile violente în situațiile de concurență dură.
3. – Un cod etic este imposibil de controlat.

Sursa: Jérôme Ballet... (2001), p. 399.

NOTE:

¹ Jérôme Ballet, Françoise de Bry, *L'entreprise et l'éthique*, Editions du Seuil, Paris, 2001, p. 380. „Etica informală nu poate fi concepută decât într-o întreprindere de talie modestă, în care comunicarea dintre salariați

este lesnicioasă și în care nivelul descentralizării nu este prea important... Criteriul mărimii întreprinderii este de mare importanță, cu privire la numărul salariaților, dar și la cifra de afaceri. În Franța, doar marile companii și întreprinderi au coduri etice.

² Gilles Lipovetsky, *Amurgul datoriei*, Ed. Babel, București, 1996.

³ Jérôme Ballet, Françoise de Bry, *op.cit.*, pp. 380-381.

⁴ În funcție de fiecare organizație aceste reguli capătă nume evocatoare: *Reguli de conduită în afaceri* (J.B.M. France); *Etică și management* (Grupul Accor); *Pasiunea serviciului* (A.G.F.); *Cele zece porunci* (Renault); *Carta excelenței* (Syntex); *Principiile acțiunii* (Lafarge, Rhône-Poulenc, Elf); *Cele zece valori* (Bouygues); *Viziune, misiune și valori* (Eridonia Beghin-Say); *Ce trebuie să știți din valorile și principiile noastre* (Publicis); *Cartea albastră* (Rank Xerox); *Ambiție și valori comune* (Lyonnaise des Eaux), vezi Jérôme Ballet, François de Bry, *op.cit.*, p. 367.

⁵ Cea mai veche Chartă, *Magna Charta Libertatum* îi este impusă de seniorii englezi, în 1215, lui Ioan fără de Țară. Ea este recunoscută drept primul text constituțional englez și ca primul document scris, origine a *Declarației universale a drepturilor omului*.

⁶ Jérôme Ballet, François de Bry, *op.cit.*, p. 369.

⁷ *Idem*.

⁸ *Idem*.

⁹ *Idem*, p. 383.

¹⁰ *Idem*, p. 382.

¹¹ William H. Shaw and Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, 1992, pp. 218 și urm.

¹² Paul F. Camenisch, *Business Ethics: On Getting to the Heart of the Matter*, în *Business and Professional Ethics Journal* 1, Fall 1981, p. 253. Preluată argumentația din William H. Shaw, Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, *ed. cit.*, p. 219.

¹³ Vezi William H. Shaw, Vincent Barry, *op.cit.*, p. 219.

¹⁴ *Idem*.

¹⁵ Kenneth Y. Arrow, *Social Responsibility and Economic Efficiency*, *Public Policy* 21, 1973. Preluat din William H. Shaw, Vincent Barry, *op.cit.*, p. 221.

¹⁶ Milton Snoeyenbos and Donald Jewell, *Morals, Management and Codes in Business Ethics*, Buffalo, N.Y. Prometheus Books, 1983, p. 107, citate după William H. Shaw, Vincent Barry, *op.cit.*, p. 221.

¹⁷ *Idem.*

¹⁸ Jérôme Ballet et Françoise de Bry, *L'entreprise et l'éthique*, Editions du Seuil, Paris, 2001, p. 372.

¹⁹ Vezi, Jérôme Ballet... *ed.cit.*, pp. 370-394.

²⁰ *Idem*, pp. 373-375.

²¹ *Idem*, pp. 377-378.

²² *Idem*, pp. 376-377.

²³ *Idem*, p. 377.

²⁴ Citat după Jérôme Ballet... *ed.cit.*, p. 381.

²⁵ Citat după Jérôme Ballet... *ed.cit.*, p. 378.

²⁶ Jérôme Ballet și Françoise de Bry, *op.cit.*, p. 380. Autorii notează: „În Franța, codurile etice, încă puține la număr, oscilează, din punctul de vedere al conținutului, între utilitarismul american și idealismul filosofic francez“.

²⁷ *Idem*, pp. 393-394.

²⁸ *Idem*, p. 395.

²⁹ Citat după Jérôme Ballet... *ed.cit.*, p. 395.

³⁰ *Idem*, p. 386.

³¹ *Idem*, p. 386-387.

³² *Idem*, p. 386-387.

³³ D. Hoestlandt este directorul departamentului social al Grupului Lafarge. Citatul este preluat din Jérôme Ballet... *op.cit.*, p. 389.

³⁴ *Ed. cit.*, p. 379.

³⁵ William H. Shaw și Vincent Barry în *Moral issues in Business* (1992), *ed.cit.*, pp. 218-222 insistă asupra importanței comitetelor de etică pentru marile corporații transnaționale.

³⁶ Jérôme Ballet... *op.cit.*, p. 396.

³⁷ Încă Cicero nota sapiențial în acest sens: „știu binele și totuși făptuiesc răul“.

³⁸ În spațiul profesional autohton, din variate motive, instructajul etic este, mai degrabă, formal, inclusiv pentru cazul funcționarilor publici.

³⁹ Aceasta mai ales în S.U.A., dar Jérôme Ballet... arată că, *instituția* deontologului și a comitetelor de etică este tot mai mult prezentă și în Europa.

⁴⁰ Citat după Jérôme Ballet... *op.cit.*, p. 396.

⁴¹ Jérôme Ballet în *op.cit.* insistă asupra acestui fapt considerat simptomatic pentru importanța acordată în viitorul apropiat implementării Codurilor etice în companii.

⁴² *Idem*, p. 397.

⁴³ Citat după Jérôme Ballet... *op.cit.*, p. 397.

⁴⁴ *Idem*, p. 398.

⁴⁵ Revista *Personnel* nr. 314, mai 1990, p. 55, cf. Jérôme Ballet... *ed.cit.*, p. 398.

⁴⁶ S. Mercier, *Une contribution à la politique de formalisation de l'éthique dans les grandes entreprises*, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Paris – IX Dauphine, 1997, p. 230, cf. Jérôme Ballet... *op.cit.*, p. 398.

⁴⁷ *Idem*.

⁴⁸ *Idem*.

Capitolul 8

Etica în politică și afaceri

- 8.1. Câteva clarificări conceptuale
- 8.2. Eterogenitatea tradițiilor morale și politice
- 8.3. Standardele morale și viața politică
- 8.4. Mituri și metafore stăruitoare cu privire la etica în politică
- 8.5. Deontologie și politică. Nevoia de etică în viața politică
- 8.6. Nivelurile judecății morale și relevanța acestora pentru acțiunea și gândirea politică
- 8.7. Opt reguli cruciale pentru gândirea etică în afaceri și în politică

Capitolul 8

Etica în politică și afaceri

8.1. Câteva clarificări conceptuale

Când ne sunt puși în relație cei doi termeni, *etică*, pe de o parte, și *politică*, pe de altă parte, ne gândim ce raporturi se stabilesc între:

a) *principiile morale* și

b) *acel gen de decizii pe care le implică viața politică*.

Expresia *etica politică*¹ se referă, în accepțiunea ei cea mai generală, la exprimarea unor judecăți morale asupra acțiunilor politice, fără a se presupune că s-ar putea elimina cu totul conflictul dintre etică și politică. Prin sintagma *etica în politică* se înțelege, în genere, faptul că politica propriu-zisă, așa cum se face și se definește ea, nu este judecată numai după propriile ei norme (de putere, de raționalitate, de eficiență etc.), ci ea este judecată și prin intermediul unor principii, norme și valori morale, precum: libertatea, dreptatea, egalitatea, onestitatea, toleranța, iubirea, mila, prudența, curajul, înțelepciunea etc. Mai precis, în acest caz este vorba de felul în care oamenii implicați în politică respectă sau nu norme și imperative de tipul: „Să fii cinstit!“, „Să nu minți!“, „Să nu furi!“, „Să-ți respecti semenii!“, „Ține-ți promisiunile!“ etc.

O dată cu ascendența și maturizarea regimurilor democratice, se consideră că puterea politică trebuie să fie deschisă, adică permeabilă și receptivă la voința socială generală. O putere deschisă presupune o societate deschisă, adică acea societate în care sistemul de relații dintre guvernanți și guvernați

să fie compatibil cu principiul potrivit căruia statul e în serviciul cetățeanului, fiindcă, după expresia deja consacrată a lui Giovanni Sartori, „societatea are prioritate în raport cu statul, pentru că *demos îl precedă pe creator*”². Oricum, unul dintre mijloacele pe care cetățenii le pot folosi pentru a se implica în acțiunile politice este etica. Astfel, cetățenii au puțința de a-i critica pe politicieni pentru încălcarea unor principii morale.

De asemenea, chiar politicienii se critică unii pe alții, având în vedere încălcarea unor norme, iar și unii și alții se apără și își legitimează propriile acțiuni prin apel la principii morale și nu doar invocând simpla opinie. Apelul la moralitate în politică este, în majoritatea cazurilor, un apel la standarde de conduită, la o judecată imparțială și refuzul implicit sau explicit al bunului plac sau a judecății de gust („Așa vreau eu!”, „Așa-mi place mie!” etc.).

În orice caz, conflictul dintre etică și politică se exprimă cel mai bine ca un conflict între diferite exigențe pe care etica le impune în politică. Principiile morale care au o valabilitate generală se aplică și în politică, doar că, în acest caz, ele se lovesc de modul în care însăși practica politică este concepută, adeseori ca fiind „dincolo de etică”, „paralelă cu morala” sau, pur și simplu, „anetică”, „amorală”. Aceasta pe de o parte. Pe de altă parte, chiar atunci când se acceptă ideea că întreaga activitate politică trebuie să se subordoneze unor exigențe de ordin moral, se constată că nu pot fi evitate conflictele și dilemele morale. Astfel, de exemplu, etica poate cere liderilor politici să nu provoace daune unor persoane nevinovate (conform principiului moral al egalității și demnității tuturor vieților omenești), dar ea poate cere, în anumite condiții, și sacrificarea unor vieți nevinovate pentru binele națiunii sau al umanității (în acest sens, în 11 septembrie 2001, cetățenii americani din avionul deturnat de teroriști și-au sacrificat propria viață satisfăcând în acest fel în primul rând un imperativ etic).

8.2. Eterogenitatea tradițiilor morale și politice

Pentru a înțelege ceva din natura acestui raport etică-politică este necesar să facem câteva precizări. Astfel, s-a observat demult că cei vechi, anticii în genere, știau destul de exact care sunt sensurile *Binelui* (această valoare era considerată centrală și pentru etică și pentru politică), dar ei nu se interesau atunci, în mod preponderent, să vadă și care sunt *drepturile omului*. În schimb, modernii, la rândul lor, nu au decât vagi și încețoșate idei cu privire la Bine. Se pare însă, notează Levi Strauss, „că, deși modernii nu prea cunosc sensurile Binelui, în schimb, ei știu destul de precis care sunt drepturile lor și, evident, datoriile celorlalți”.³

Această asimetrie a preocupărilor spune ceva semnificativ despre conflictul dintre etică și politică în vremurile actuale. Astfel, etica în politică implică, deopotrivă, și continua redefinire a Binelui (personal și public), dar și luarea în considerație a felului în care sunt respectate *drepturile și îndatoririle universale ale omului*. Prin urmare, drepturile universale ale omului reprezintă *criteriul* comun de judecare și al acțiunilor politice, și al celor morale obișnuite.

De asemenea, raportul etică-politică este evidențiat, destul de pregnant, în câteva cupluri conceptuale, precum:

- 1) morală închisă – morală deschisă;
- 2) etică a convingerilor – etică a responsabilității;
- 3) etică deontologică – etică teologică (utilitaristă);
- 4) etică a drepturilor – etică a grijii etc.

Să le luăm pe rând.

Este acceptată ideea conform căreia există două tipuri mari de morală (Henri Bergson)⁴, cea „închisă”, „morală naturii din noi” care l-a însoțit pe om în grupurile primare de apartenență (familie, trib, gintă, națiune, etnie) și cea „deschisă”, cea a iubirii

necon condiționate pentru *umanitatea* din fiecare ființă (care trebuie să fie considerată „sfântă“, „sacră“). Această distincție este extrem de importantă pentru a înțelege și a soluționa multe conflicte din lumea actuală, cum ar fi cele legate de *șovinism, rasism, antisemitism, etnicism, naționalism*. Mai mult, „morală închisă“ este cea care oferă un temel pentru „a legitima“ *fundamentalismele*, cele religioase, ideologice etc. S-a observat astfel că procesele de globalizare au fost însoțite și de încercarea de legitimizare a numeroase morale închise, de la cele întemeiate pe bază etnică, la cele rasiale sau de gen și, mai ales, în ultimul timp, cele religioase. Astfel, un autor recent, Benjamin R. Barber, a lansat formula *Jihad vs Mc World*, cu subtitlul, mai mult decât semnificativ, *How globalism and tribalism are reshaping the World*⁵.

În al doilea rând, se face, în mod curent, distincția între *etica convingerilor* și cea a *responsabilității* (Max Weber a introdus și a impus acest cuplu conceptual). Or, realitatea morală și politică a evidențiat, de nenumărate ori, că multe convingeri (etice, religioase, politice) ale unor persoane sau lideri politici sunt orientate partizan. Aceasta pe de o parte. Pe de altă parte, aceste opinii puternice nu se raportează întotdeauna într-o manieră responsabilă la toate consecințele care decurg din aceste convingeri. Astfel, s-a observat că multe moduri diferite de a interpreta același eveniment pot fi puse pe seama nepotrivirii dintre morală convingerilor strict subiective și morală impersonală, cea valabilă pentru toți, o morală care solicită responsabilitatea fiecărui om pentru actele sale politice.

În al treilea rând, în etică există două tipuri principale de argumente pentru a legitima o acțiune, un eveniment sau un fapt ca fiind *morale*. Astfel, pentru *etica deontologică*, unele fapte și acțiuni sunt, prin ele însele, bune sau rele (de exemplu, minciuna sau omuciderea sunt întotdeauna considerate drept rele, imorale, indiferent de cauze sau de consecințe). Pe de altă

parte, adepții *eticii utilitariste* vor considera că cel mai important criteriu al moralității unei acțiuni politice este *utilitatea*, adică realizarea „cele mai mari fericiri pentru cel mai mare număr de oameni“. În acest caz, importante sunt consecințele și nu caracterul acțiunii, important este *binele public* (calculat în termeni de eficiență a acțiunii) și nu *datoria* unei personalități pur raționale. Dacă în etica deontologică Kant este considerat drept autorul moralei necondiționate a datoriei, în etica consecințialistă, utilitaristul J. Stuart Mill este cel care a plecat de la ideea potrivit căreia *acțiunea bună* este cea de care beneficiază majoritatea oamenilor sau cei mai mulți dintre ei. Oricum, în timp, referitor la această distincție s-a conturat ideea că viața politică poate și trebuie să fie judecată, în primul rând, după criteriul utilitarist și că, prin urmare, politicile publice (*binele public*) și *calcul utilității* sunt, în fond, aproape același lucru. Pe de altă parte, deontologii atrag atenția asupra faptului că moralitatea în politică nu trebuie să fie redusă doar la utilitate, pentru că, de exemplu, spun ei, poate fi *util* uneori pentru majoritate ca unii oameni să sufere sau chiar să-și piardă viața, dar aceasta nu înseamnă că aceste fapte sunt morale. De asemenea, din punct de vedere strict utilitarist, *corupția* (ca act de utilizare în interes personal a funcției publice), dacă produce efecte benefice pentru cei mai mulți oameni, nu este blamată moral, în timp ce, din perspectivă deontologică, orice act de corupție – oricând, oricum și comis de oricine și chiar dacă se dovedește a fi util pentru mulți – este considerat și ilegal și imoral. În orice caz, după cum o să mai vedem pe parcurs, este deosebit de necesar să ne gândim, de fiecare dată când judecăm un fapt politic, un eveniment sau o persoană publică, dacă aplicăm exigențe ultime, absolute, adică deontologice sau exigențe, criterii legate de consecințe, de circumstanțe, de

În al patrulea rând, în ultimul timp se vorbește destul de mult de o *etică a drepturilor* în opoziție cu *etica grijii*. Această distincție este importantă, evident, și pentru judecarea faptelor și a acțiunilor politice. Astfel, nu este deloc lipsit de interes, în acest context să amintim că *etica grijii* a fost introdusă de eticienele feministe (în special de Carol Gilligan) care consideră că cele mai multe dintre judecățile noastre morale au fost întemeiate doar de rațiune și nu pe sentiment, doar plecând de la „gândirea masculină” și nu de la „experiența genului feminin”. Or, a devenit tot mai evident faptul că politicile vizând, de pildă, asigurarea drepturilor și nevoilor copiilor, femeilor și persoanelor vârstnice nu mai pot fi tratate astăzi doar ca drepturi universale abstracte, ci și ca drepturi ale unor grupuri particulare, față de care manifestăm empatie, sentimente de întrajutorare și de grijă.

În fine, pentru a evalua locul ocupat de etică în politică trebuie să plecăm și de la o altă constatare extrem de importantă, atât pentru oamenii politici, cât și pentru cei care sunt interesați de cota de moralitate pe care o poate conține viața politică. Astfel, este tot mai clar și pentru etician, politolog sau politician că noi nu trăim nici într-o *realitate morală omogenă* și nici într-un climat politic omogen. Se admite, în mod curent, că noi am moștenit o *tradiție etică eterogenă*,⁶ în care coexistă cel puțin trei tipuri de sisteme de gândire etică și, evident, tot atâtea sisteme de valori și de norme morale:

1) *Etica religioasă tradițională*, potrivit căreia:

a) legea și normele morale sunt eterne;

b) sursa lor este transcendentă;

c) valorile sunt obiective și absolute;

d) prin rațiune și intuiție oamenii au acces la imperativele și interdicțiile morale care sunt revelate de Biblie, Tora, Talmud sau Coran;

e) în tradiția greco-latină și iudeo-creștină, oamenii trebuie să acționeze astfel încât să fie virtuoși, ceea ce înseamnă că

trebuie să atingă cele patru virtuți cardinale (dreptatea, înțelepciunea, cumpătarea, curajul) și cele trei virtuți teologale (credința, iubirea, speranța).

2) *Etica modernă a datoriei laice, rigorige și categorice*, potrivit căreia:

a) decizia implicită nu este „cum să mori ca martir sau sfânt, ci cum să-ți faci datoria zilnică”;

b) Dumnezeu este o idee morală;

c) contează „datoria pură”, dezinteresată și este moral cel care acționează în acord și din respect pentru imperativul categoric: „trebuie să faci în așa fel încât să tratezi umanitatea, atât în persoana ta, cât și în orice altă persoană, întotdeauna și în același timp ca scop și niciodată numai ca mijloc”.

3) *Etica moralistă, a post-datoriei*, potrivit căreia:

a) suntem acum, în secolul al XX-lea și al XXI-lea, în etapa disoluției datoriei și a curajului dezinteresat;

b) în acest tip de etică, dominante nu mai sunt valori precum: efortul anevoios, supunerea sau voința pură, ci *efortul pragmatic, inițiativa și voința adaptativă*;

c) o deviză predilectă a acestei perioade sună astfel: „este de preferat o acțiune «interesată», una capabilă să amelioreze soarta oamenilor, decât o *bunăvoință incompetentă*”.⁷

8.3. Standardele morale și viața politică

Întrebarea care se pune în acest context este următoarea: cum judecăm din punct de vedere moral acțiunile politice dacă noi facem apel nu la o singură sursă, ci la cel puțin trei tradiții etice atât de diferite? Răspunsul care se poate da și care poate trezi consensul sună astfel: viața politică actuală (cea internă și/sau externă) este judecată atât după regulile dreptului intern și

internațional, cât și după ceea ce este astăzi acceptat ca fiind *comun* și *constant* în toate aceste tradiții morale.

În fapt, lucrurile se simplifică dacă sugerăm următorul tablou, în care se pot regăsi și recunoaște foarte mulți oameni;

1. fiecare om este, într-un fel, adept al *eticii platoniciene*, atunci când admiră perfecțiunea comportării;

2. este adept al *eticii utilitariste radicale*, atunci când afirmă: „să moară acum câțiva oameni pentru a salva milioane de alte vieți în viitor“ sau atunci când afirmă că „trierea răniților“ în război este un fapt acceptabil din punct de vedere moral, chiar dacă el este resimțit ca fiind dureros;

3. este adept strict al *moralei creștine* când idealizează:

a) dragostea de semenii și este filantrop;

b) mila față de cei defavorizați;

c) meritele morale ale egalității;

4. este adept al *moralei kantiene*, atunci când spune că fiecare om este un obiect moral având un preț infinit și unic;

5. este adept al *eticii grijii*, când afirmă că nimeni nu trebuie să fie lezat și/sau supus suferințelor, mai ales dacă este lipsit de ajutor etc.

În fond, putem afirma că și *etica platoniciană* și cea *utilitaristă*, *kantiană* sau cea a *grijii* oferă anumite norme și standarde, anume repere vieții oamenilor.

Prin urmare, și cel care judecă din perspectivă morală faptele politice se va raporta întotdeauna la un *standard*, adică la ceva fix, la ceva constant. Iar a avea un standard înseamnă a descoperi și a utiliza un *criteriu* în judecățile noastre. Trei elemente distincte avem în acest caz:

a) *faptele*;

b) *judecățile*;

c) *standardele* (criteriile).

Când ceva este judecat ca fiind *bun* sau *rău* din punct de vedere moral, standardele fundamentale pe care se bazează

judcățile sunt *standarde morale*. Standardele morale includ și norme morale specifice („Fii onest!“, „Nu minți!“, „Nu fura!“, „Nu vătăma!“), precum și principii morale mai generale. Acestea din urmă, *principiile*, sunt considerate ele însele ca fiind standardele generale și sunt folosite pentru a evalua *adecvarea* politicilor noastre sociale și a instituțiilor, precum și a comportamentului individual. Exemple de astfel de *standarde* sunt:

a) *principiile de drept*, cele legale, care evaluează unele politici, instituții și comportamente în funcție de protecția pe care o oferă pentru asigurarea intereselor și libertăților indivizilor;

b) *principiile propriu-zise ale dreptății*, care evaluează politici, instituții și comportamente în funcție de cât de echitabil sunt distribuite bunurile, meritele, recompensele între membrii societății, ai unei comunități sau ai unui grup;

c) *principiile utilității*, care evaluează politici, instituții și comportamente în funcție de beneficiile sociale nete pe care acestea le produc.

Se pune adeseori întrebarea: când o decizie politică ridică sau implică probleme etice? Atunci când respectiva decizie *încalcă* sau nu anumite standarde morale. Pentru definirea standardelor morale și pentru aplicarea lor la viața politică, câteva caracteristici ale acestora sunt considerate esențiale și obligatorii:

1. să se bazeze pe *motive imparțiale*, pe care le-ar accepta „un observator ideal“ sau un „spectator imparțial“ (în care fiecare contează ca unul și nici unul mai mult decât altul);

2. să aibă un efect serios și consistent asupra *bunăstării umane*;

3. să se bazeze pe depășirea interesului propriu, egoist;

4. să nu poată fi schimbate printr-o decizie de tip *autoritar*;

În fine, se consideră că:

5. standardele morale implică și presupun sentimente speciale, cum ar fi cele *de culpabilitate, de onoare, de stimă față de sine*.

Astfel, s-a observat că, în mod spontan, când oamenii îi văd pe ceilalți acționând contrar standardelor morale, aceștia simt indignare, dezgust sau resentiment. Aplicarea standardului în acest caz se convertește în judecată de apreciere negativă.

Pentru cel care se preocupă de politică este important să fie amintite două *funcții* pe care le au standardele morale. Prima este aceea de *prescriere* a unor moduri specifice de comportament. Această prescriere vizează felul în care membrii societății trebuie să coopereze, să se trateze reciproc avantajos și să aibă „un drept egal la cea mai largă libertate posibilă” (John Rawls). A doua este funcția de *prevenire și de soluționare a unor conflicte* sociale, prin oferirea de justificări, acceptabile public, pentru anumite acțiuni sau politici.

În genere, a discuta despre standarde morale în politică este important și necesar pentru cel puțin două motive. Primul: în absența standardelor morale, lumea politicii ar semăna mai degrabă cu „starea de natură” de care vorbea Hobbes, în care ar domni lupta, neîncrederea, furtul, invidia, lăcomia. Al doilea motiv: standardele sunt o bază pentru rezolvarea dilemelor morale, deoarece numai ele oferă temeiul încrederii și cooperării între oameni, pe care se pot ridica instituțiile sociale.

În mod particular, a discuta în România perioadei de tranziție despre standarde înseamnă a încerca *depășirea* câtorva stări:

- a) cea de anomie (care înseamnă lipsă de norme, lipsă de repere normative în viața publică și privată);
- b) de neîncredere în instituții și legi;
- c) de relativizare a normelor, a regulilor și a preceptelor (conform părerii adânc înrădăcinate „că nu există imperativ absolut”);
- d) de absență a obișnuinței multor oameni de a se raporta la normă în primul rând și numai după aceea la „cum se face” sau „cum se zice”.

De asemenea, nu trebuie omis faptul că standardele se impun, atât în viața publică, cât și-n sfera afacerilor, prin intermediul *persoanelor-simbol*⁸. Numai că, și într-un caz și în celălalt, persoana-simbol este apreciată – cu un incontestabil aport al mass-mediei – printr-o unică „calitate” – *succesul*. Aceasta pe de o parte. Pe de altă parte, este de notat faptul că persoanele-simbol ce dobândesc recunoaștere publică aduc cu ele și impun, în mod insidios, o suprapunere aproape totală a „omului politic de succes” cu „omul de afaceri ce-a reușit”. În acest sens, un om politic precum Petre Roman (vezi cartea *Este România pregătită pentru adevăr?*, 2005), ce-a înțeles și a accentuat mereu că cele două sfere (politica și afacerile) trebuie separate, – pentru ca legitimitatea și moralitatea democratică a unei societăți să nu fie pervertite cu efecte incommensurabile – arăta, pe drept cuvânt, că, s-a născut în tranziția autohtonă o adevărată „*țesătură afaceri-politică*. Această țesătură înseamnă tot mai mult schimbul «bani contra favoruri». Mișcarea se răspândește cu «viteza luminii» când partidul aflat la putere dă semnalul «veniți, dați și veți primi». Corupția politică, mai exact, mafiotizarea politică, naște o veritabilă clasă, aceea a *politicienilor afacerii*”.⁹

În fapt, există un set comun de standarde morale care trebuie să guverneze atât politicile publice cât și afacerile (ce au un impact public), iar printre acestea pot fi enumerate: judecata fermă din perspectiva interesului și binelui public; onestitatea; cerința nevătămării celor implicați direct sau indirect; responsabilitatea în sens larg etc.

Oricum, în context autohton, Silviu Brucan este cel care n-a obosit să distingă mereu și mereu între, pe de o parte, standardele de *moralitate publică* pe care le solicită politica, și pe de altă parte, standardele după care funcționează, cel mai adesea, *morală privată*, cea legată de relațiile inter-individuale din familie, grupuri de prieteni sau cunoscuți. În acest context se susține că viața politică și cea a afacerilor nu vor scăpa de a fi judecate prin

prisma standardelor de moralitate specifice. Prin urmare, politica și afacerile sunt, în ultimă instanță, *morale* sau *imorale*, după cum sunt respectate sau nu aceste standarde.

Totodată, același autor, dintr-o perspectivă a *realismului politic*, – refuzându-și orice iluzii morale cu privire la reinstaurarea capitalismului atât în România cât și în celelalte țări din Est –, a scos cu pregnanță în evidență *simbioza dintre puterea politică și capital*, considerată a fi „trăsătura principală a perioadei de tranziție”.¹⁰ Iată o asemenea analiză lucidă în datele ei esențiale: a) România a intrat în post-ceaușism fără elemente sau rudimente ale unei economii de piață capitaliste; b) formarea clasei de mijloc în România („patroni și antreprenori, negustori și intermediari, vânzători și afaceriști, chiaburi și agronomi”, oameni aparținând profesiilor „liberale” – avocați, arhitecți, profesori) este un fenomen „vital și urgent”; aceasta nu poate urma ritmul lent de decenii din Occident, iar în această dezvoltare socială abruptă, forțată, accelerată... scopul scuză mijloacele”; c) „dat fiind faptul că în societatea comunistă acumularea de capital privat era prost văzută și condamnată de lege, după '89 clasa capitaliștilor s-a format, în principal, pe socoteala statului administrator al tuturor bogățiilor, prin rapt din valorile imobiliare, din fondurile fixe și chiar din capitalul social al întreprinderilor de stat”; d) aceștia ar putea fi numiți *capitaliști de stat*, un produs secundar al socialismului de stat; ei provin din *nomenclatura de partid* (inclusiv membrii și rubedeniile din fostul CPEX), din *birocrăția de stat* și, „cei mai eficienți, securiștii aflați în poziții strategice care le permiteau să opereze în grabă și cu cea mai mare eficacitate”; e) mijloacele utilizate au fost, în genere, următoarele: „directorii fabricilor de stat au pasat pe șest soției fabrici-căpușe cu utilaje, materii prime, contracte și credite bancare garantate cu bonurile statului; în fapt, managerii organizațiilor de import-export privatizate peste noapte, rudele CPEX-ului și directorii vechiului aparat financiar sălțați în

fruntea noilor bănci, *toți au demonstrat o extraordinară ingeniozitate în afaceri* care le-a adus miliarde“; prin urmare, simbioza dintre putere și capital s-a realizat relativ rapid, pentru că „marii industriași, comercianții și bancherii nu-și puteau iniția afacerile și nici rotunji averile fără sprijinul celor aflați la putere; la rândul lor, guvernanții și legislatorii nu se puteau izola de noul mediu social format în jurul lor și cu greu, au rezistat tentației de a se implica mai mult sau mai puțin direct în afacerile bănoase care se făceau sub nasul lor și care, erau practic, la îndemâna lor“.¹¹

Concluzia care se conturează tot mai apăsător este următoarea: Uniunea Europeană a experimentat și dezvoltat în țările membre un întreg sistem legislativ de tip *rule of law* care reglementează atât sfera vieții politice cât și cea a afacerilor, sancționând orice încălcare a legilor, oricare ar fi ele, inclusiv deci, acele încălcări derivate din incestul dintre politică și afaceri cu „produsul“ său cel mai nociv și pervers; *politicienii afacerii* sau *afaceriștii politicieni* (în fapt, două expresii ale aceleiași fețe: *corupția* la nivel înalt). Prin urmare, instituirea standardelor legale și morale implică, ca prim pas *voința politică* a statului democratic de-a rupe „țesătura afaceri politice“ de tip mafiot. Dacă sunt impuse și respectate standardele legale atunci și cele strict morale se pot afirma și întări în timp, în mod natural. Nucleul tare al etosului în politică și afaceri trebuie structurat, mai întâi, în (și prin) principii universale de drept. În fond, pe acest temei ferm al principiilor formale se poate deschide apoi, câmpul infinit al libertăților morale, libertăți exprimate inclusiv, în comportamentul politic și cel de afaceri. Oricum, acest lucru este facilitat apoi de instituirea unui climat de transparență în care standardele să fie nu numai *cunoscute* de toți, dar și aplicate de către fiecare.

8.4. Mituri și metafore stăruitoare cu privire la etica în politică

În mod obișnuit, afacerilor și politicii le asociem expresia: *sunt murdare*. Am putea spune chiar că s-a conturat un *mit negativ* conform căruia întotdeauna a fost așa și, mai ales că, așa va fi întotdeauna: „politica este o afacere murdară“. Un etician, precum Kant a avut o poziție mai nuanțată în această privință și ea merită să fie cunoscută. Astfel, ascultându-l pe Kant, *politica* cere, „*fiți înțelepți ca șerpii!*“, iar *morală* adaugă o condiție limitativă: „*și nevinovați ca porumbeii*“. Încrezător în superioritatea de principiu a moralei în fața politicii, Kant spera că șerpii și porumbeii nu numai că pot coexista, dar, mai mult, el era convins că porumbeii se vor dovedi chiar mai puternici decât șerpi.

Oricum, asocierea dintre șerpi și viclenia presupusă de politică este surprinsă astfel în gândirea sapiențială a iudeilor: *șarpele este cel mai șiret dintre toate fiarele pământului pe care le-a făcut Domnul Dumnezeu (Vechiul Testament, Facerea, 3:1)*.

Adepții *realismului* în morală și politică au o poziție sensibil diferită și ei afirmă ceva de tipul: într-adevăr, șerpii și porumbeii pot sta împreună, dar este mai mult decât sigur că porumbeii nu vor avea parte de prea multă odihnă.

Cinicii și scepticii, pe de altă parte, nu ezită să considere *etica în politică* drept un *oximoron* (oximoronul este o figură de stil care exprimă o ironie subtilă sau un adevăr usturător sub forma asocierii paradoxale a doi termeni contradictorii, precum: escroc cinstit, hoț onest, gheață fierbinte, lup mielusel sau șarpe porumbel). După cum s-a argumentat până acum, se pare totuși că sunt destule temeuri pentru a susține că există o morală în politică și că politica și politicienii nu scapă de judecata etică.

Cei mai mulți eticieni și politologi pleacă de la ideea că acest conflict dintre etică și politică este inerent pentru că, în acest caz, avem de a face cu două clase de valori care nu au

aceeași *normă internă* de funcționare. În sensul general al termenului, norma internă a valorii politice este considerată a fi *puterea* (cea menită să conserve instituțiile statului), în timp ce norma internă a valorii morale este considerată a fi *solidaritatea universală* a tuturor oamenilor pentru a realiza *binele*. Oricum, în ultimul timp, *conceptul* menit să stabilească o punte de legătură între cele două sfere valorice este cel de *binele public*.¹² În acest sens, *idealul politicilor publice* este acela de a reduce tensiunea, conflictul dintre cele două entități până la un nivel rezonabil.

Nu putem, în acest context, să nu-l amintim pe Machiavelli, care a vorbit de un conflict între două moralități:

- a) cea potrivită *vieții obișnuite, privată*;
- b) cea potrivită *vieții politice, în stat*.

După Machiavelli, moralitatea politică nu numai că diferă de cea privată, dar în *sfera* ei ea înlocuiește complet moralitatea comună. Înseamnă că, în conformitate cu această viziune, atunci când binele statului („rațiunea de stat”) „*o cere*”, normele moralei obișnuite pot fi încălcate.¹³

În fapt, în viziunea actuală a societății democratice nu există un conflict între aceste principii: fie un singur tip de moralitate se aplică atât în viața publică, cât și în viața privată, fie unul se aplică exclusiv în viața privată, iar celălalt în viața publică. Simplu spus, în viziunea machiavelică, în sfera politică persistă acest conflict între cele două tipuri de principii morale, iar *Principele*, conducătorul politic, trebuie mereu să aleagă: el mine și ucide pentru binele statului deși *știe* că acestea sunt lucruri imorale, care nu se justifică. „Principele” trebuie învățat cum să nu fie o persoană bună, pentru a fi un *conducător bun*.¹⁴

Cum apare totuși acuzația de *mâini murdare democratice*? se întreabă Dennis F. Thompson într-o importantă lucrare, intitulată *Political ethics and public office* (1997). Să luăm un exemplu – afirmă acesta – cel dat de M. Walzer: „*o anumită reținere a guvernului poate fi exact lucrul care trebuia făcut în*

termenii utilitarismului și, totuși, cel care a îndeplinit acea acțiune poate fi considerat vinovat de înfăptuirea unui lucru imoral".¹⁵

În acest caz, acuzația de imoralitate, de mâini murdare se produce prin intermediul conflictului ivit între argumentele ce țin de *consecințialism* (utilitarism) pe de o parte și, pe de altă parte de cele ce aparțin de grila deontologică. Simplu spus, consecințialismul spune că este bună acea acțiune care este utilă pentru cel mai mare număr de oameni. Astfel, de exemplu, în război sau în cazul unei epidemii când un lider trebuie să ia o decizie: el poate apela la „triere” răniților sau a bolnavilor, fiind salvați, în primul rând, cei „cu șanse de viață”. Pe de altă parte, însă, un deontolog va spune că există *lucruri rele în ele însele*, că datoria de a salva toate viețile este obligatorie și necondiționată, că nu se justifică moral, de pildă, actul „trierii” răniților sau bolnavilor.

Consecințialistul susține că nu trebuie să fim conduși de oameni care își păstrează mâinile curate cu prețul binelui sau chiar al supraviețuirii noastre. Dacă mizele puse în joc sunt suficient de mari, atunci regulile morale absolute trebuie și pot să fie încălcate. Dimpotrivă, cel care adoptă punctul de vedere *deontolog* va susține că un om politic nu trebuie să încalce *niciodată* regulile morale, nici măcar pentru binele societății. Chiar dacă acționează *pentru* și *în* numele binelui public, politicianul care încalcă o regulă morală trebuie să se simtă vinovat și să fie pedepsit.

Putem vorbi, în acest caz, pur și simplu de mâini murdare sau de imoralitate?

Să luăm cazul oricărei *oficialități publice*. Acestea comit acte imorale de două genuri:

a) *pentru binele propriu* (din lăcomie, din dorință de putere, influență, prestigiu sau din loialitate față de familie și prieteni);

b) *pentru binele public*, pentru scopuri sociale (ei mint pentru a proteja un grup care nu se poate apăra singur, pentru a proteja siguranța națională etc.).

Există, prin urmare, două tipuri de oficialități politice cu *mâini murdare*. Dacă este vorba de o societate nedemocratică, atunci sunt *mâini murdare* pur și simplu (Dennis F. Thompson).¹⁶

Omul politic democrat se presupune că are *consimțământul* alegătorilor pentru acțiunile lui. Dacă acest lucru este valabil, el acționează cu *aprobarea*, cu știrea opiniei publice, iar dacă nu, pe lângă imoralitatea acțiunii în sine se produce un alt act imoral, și anume încălcarea regulilor, a procesului democratic.

Să revenim la distincția *consecințialism-deontologism*. Ce rezultă pentru sfera vieții și acțiunii politice? Rezultă că felul în care acționează cel mai *eficient* omul politic este dat de etica consecințialistă, dar că *motivația morală* cea mai mare o dă etica deontologică. Mai precis: *felul* în care ar trebui să acționeze omul politic ar fi de multe ori, mai degrabă utilitarist, iar *evaluarea motivației* ar fi deontologică.

Paradoxul implicat în felul în care trebuie să acționeze *politicianul* și felul în care e *judecat* el de societate este rezolvat de fiecare direcție (consecințialistă sau deontologistă) într-un alt fel. Astfel, *deontologii* neagă necesitatea mijloacelor imorale în obținerea unor scopuri bune și neagă imoralitatea mijloacelor necesare pentru obținerea unor scopuri bune.

M. Walzer este cel care a formulat câteva idei consistente în acest sens. Astfel, el acceptă necesitatea acțiunii consecințialiste, dar respinge prezumția consecințialistă potrivit căreia *ceea ce este necesar se și justifică*. De asemenea, el sugerează că trebuie să dorim să nu fim conduși de oameni care, în mod constant, adoptă *numai* o poziție deontologică, pentru că aceștia „și-ar păstra mâinile curate cu prețul binelui sau poate chiar al supraviețuirii noastre“.

Oricum, s-a observat că politicianul care nu reușește să se simtă vinovat pentru ceea ce a făcut rău este judecat mai sever decât omul obișnuit. Totodată, oamenii sunt înclinați, în acest caz, să considere că și „pedeapsa cuvenită” omului politic pentru încălcarea legii și a normelor morale nu trebuie să lipsească. În orice caz, s-au conturat câteva opinii referitoare la cum ar trebui să se poarte cei investiți cu funcții și demnități politice. Printre acestea amintim:

1. Un om politic adevărat ar trebui să știe că viața pe scena politică implică riscuri și responsabilități mai mari decât cele din viața obișnuită. S-a întărit, în ultimul timp, ideea conform căreia omul politic trebuie să accepte, de exemplu, *pedeapsa prin demisie* pentru acțiuni, în fapt, „justificate”. (În acest fel se asigură satisfacerea și a punctului de vedere deontologist și a celui consecințialist, utilitarist. Mai mult, prin asemenea soluții se întărește convingerea că nimeni nu rămâne nepedepsit, chiar dacă au existat motive utilitariste pentru o anumită decizie);

2. Omul politic, într-o societate democratică, trebuie să accepte permanent ideea că va fi *controlat* pentru deciziile sale, inclusiv pentru cele care, pentru a fi „încununate de succes”, trebuie să rămână *secrete*. (În acest caz, se vorbește adeseori de posibilitatea apariției mâinilor murdare, pentru că, invocând secretul, politicienii pot recurge la înșelare și manipulare. În fond, dacă cetățenii nu pot ști ce au făcut oamenii politici, ei nu pot nici să fie sau nu de acord cu ce au făcut aceștia. Prin urmare, mâinile murdare sunt, într-o atare situație, doar ale oamenilor politici.)

Într-un climat democratic acest mit al inevitabilității mâinilor murdare în politică, inclusiv pentru acele tipuri de acțiuni care, pentru a fi încununate de succes, trebuie să rămână *secrete*, este, în fond, demontat prin cel puțin *trei practici*:

a) prin *mediere* (cetățenii sunt reprezentați de un grup restrâns de persoane care supraveghează, monitorizează oficialitățile, inclusiv prin *comitete* special formate în acest scop);

b) prin stabilirea unei *clase de acțiuni*, care se bucură de un *consimțământ ipotetic* (de exemplu: „pentru următoarele situații, oficialitățile politice pot decide...“);

c) prin *dezvăluirea deciziei*, imediat ce nu mai este necesară păstrarea secretului, pentru ca aceasta să fie supusă aprobării sau respingerii societății.

În acest context se ridică cel puțin două chestiuni de principiu. Prima: cum se poate regenera morala în politică? A doua: cum se rezolvă situația în care este uneori aruncat omul politic, aceea de a avea mâini murdare făcând un bine public?

Pentru întâia chestiune s-a conturat ideea că aplicarea consecventă a unor standarde morale în politică este dependentă de următorii factori:

a) grad crescut de transparență și de comunicare socială;

b) nivel ridicat de moralitate publică și privată al celor care îndeplinesc funcții politice și/sau administrative;

c) judecată, apreciere morală corectă a actelor și a deciziilor politice prin expertiza dată de *comitete etice*;

d) promptitudine în sancționarea actelor de imoralitate crasă, precum, de pildă, cele de corupție, minciună, fraudă;

e) accentuarea, simultană, atât de „exemple pozitive“, cât și de „cazuri“ și „personalități negative“, pentru a se statifica încrederea într-o bună *cunoaștere morală* în societate (în care „fiecare este judecat *cum trebuie* și primește ce *se cuvine*“);

f) întărirea deprinderii – atât în cazul actorilor politici, cât și pentru membrii societății civile – de a formula aprecieri morale care să fie, după caz, *anticipative, concomitente sau retrospective*.¹⁷

Pentru cea de a doua problemă, cea legată de situația în care omul politic ajunge să aibă „mâini murdare“ făcând un *bine public*, găsim că este potrivit să-l cităm, din nou, pe M. Walzer: „dacă am putea descoperi o modalitate de a întări regulile morale

ale politicianilor, atunci ar trebui, pur și simplu, «să-l construim» pe omul care a făcut un rău cu un scop bun și, în același timp, să-l pedepsim. Îl omagiem pentru binele făcut și-l pedepsim, îl sancționăm pentru răul produs¹⁸.

Prin urmare, credem că, pe de o parte, *portretul machiavelic* al politicianului – prins între două moralități incompatibile (cea a omului public și a celui privat) – poate exprima destul de bine unele *dileme* cu care se confruntă liderii politici moderni. Pe de altă parte, însă, după cum am văzut, acest portret nu reprezintă întregul repertoriu de răspunsuri la care pot apela cei care cred într-o *moralitate elementară în politică*. În fapt, într-o democrație se tinde mereu ca cetățenii să-i învețe pe cei care conduc procesele politice de decizie *cum să fie responsabili*. În acest sens, se admite că sunt două căi prin care mitul (și metafora) mâinilor murdare în politică poate fi diminuat, dacă nu total demontat. Este vorba, mai întâi, de *limitarea democratică* a deciziilor care nu pot fi *justificate public*. În al doilea rând, o democrație matură tine, în modul cel mai firesc cu putință, să *întărească criteriile de justificare*.

În fine, nu putem să nu amintim, în acest context, un alt mit-metaforă care a însoțit și însoțește încă aprecierea negativă atât a politicii, cât și a omului politic în genere. Este vorba de *mitul darwinian* al „supraviețuirii în viața politică a celui mai puternic”. Or, a devenit în ultima perioadă de timp tot mai consistentă certitudinea (împărtășită, deopotrivă, și de eticieni, dar și de politologi sau oameni politici) că *a fi puternic după criteriile politicii* (de raționalitate a acțiunii publice, de eficiență și utilitate, de asigurare a bunăstării) nu exclude, ci, din contră, presupune existența *standardelor morale*¹⁹. În fond, politica trebuie să fie despre *rezultatele* publice, tot așa cum morala trebuie să se refere obligatoriu la *ceilalți*.

8.5. Deontologie și politică. Nevoia de etică în viața politică

Etica în politică implică un răspuns adâncit la două probleme: a) în ce măsură se poate vorbi de o *deontologie* în politică și b) ce pot face comitetele de etică pentru a infuza cu moralitate viața politică sau, mai precis, cum se poate instituționaliza expertiza etică.

Deontologie înseamnă etimologic „știința a ceea ce se cuvine să facem, a ceea ce trebuie făcut”. Deontologia, după Lalande, este *teoria datoriilor* și nu a datoriei în general; ea rezultă empiric din viață și experiență, deoarece ea vizează situații concrete legate de exercitarea unei activități. Din acest motiv, ea are o conotație particulară deoarece regulile sale privesc grupul determinat care le emite și le aplică sieși, cu scopul de a asigura disciplina membrilor săi. Din natura sa *disciplinară* rezultă caracterul său în *principal negativ*, prin aceea că deontologia se referă mai puțin la ceea ce *este rău*, cât mai degrabă la ceea ce este *periculos*. În fapt, ea se situează în partea de *dincoace de rău* sau de *ilegalitate*, deoarece corupția, ingerința, traficul de influență sunt *delicte sancționate* de codul penal și nu de deontologie. Deontologia ne prescrie doar să evităm a face ceea ce în mod firesc nu am face, dacă am judeca, și, mai precis, ne prescrie să nu ne punem în situații care ne expun la astfel de riscuri. Înseamnă că deontologia se inspiră, pe de o parte, din ceea ce Montesquieu numea virtutea politică, care în accepția lui este însăși moralitatea. De asemenea, virtutea politică are ca țel *binele general*. Ea este capacitatea de a pune interesul public, în mod necondiționat, înaintea celui personal. Pe de altă parte, după Montesquieu, această virtute se inspiră din *prudență*, adică din reguli de prevedere și prevenire.

Aplicat în politică, termenul *deontologie* este mai mult *metaforic*. Deontologia se referă la regulile proprii unei profesii, a

cărei exercitare o guvernează: deontologia medicală, codificată și controlată de ordinul medicilor; deontologia avocatului, asupra căreia veghează baroul sau deontologia jurnalistului care relevă conștiința individuală a jurnalistului, aflată sub privirea confrăților și a publicului. Or, nu există un corp de reguli comparabile în mod deplin în ceea ce privește politica, deoarece politica nu este, în primul rând, o meserie, deși este și o meserie. Sunt două moduri de a face politică, observa Max Weber: „se trăiește sau «pentru» politică, sau «din» politică.” Și adaugă că această opoziție nu are nimic exclusiv: „Mai degrabă, de regulă, se fac amândouă în același timp”. Aceste idei, evident că, deși au fost formulate acum opt decenii, sunt la fel de valabile și azi.

Conform principiului democratic, *omul politic* este, în primul rând, *cetățean ca și alții*, dar este un cetățean investit cu un *mandat* sau exercitând o funcție care impune *datorii diferite* de ale cetățenilor obișnuiți. Deontologia care îi este proprie atașează acestui mandat sau acestei funcții *obligații particulare* care pot fi împărțite în *două categorii*. Unele se referă la *viața sa personală*, asupra căreia apasă constrângerile pe care alți cetățeni le ignoră și care sunt contraponderea demnității cu care este investit. Altele interesează exercitarea puterilor care îi sunt atribuite și pe care el trebuie să le utilizeze conform cu interesul general. Aici este virtutea politică în aspectul ei practic.

Oricum, *servituțle* ce afectează situația *personală* a omului politic sunt multiple; iar acestea țin destul de mult și de moravuri a căror rigoare variază după epoci sau țări. Astfel, în SUA, deontologia politică acoperă o impozantă serie de reglementări care privesc aspecte financiare ale vieții politice, dar și controlul vieții private a persoanelor publice (de exemplu, *Ethics Committee* al Senatului american a consacrat mult timp anchetării cazului lui Bob Pakwood, senator de Oregon, care a fost acuzat de avansuri inoportune – *unwanted sexual advances* – la adresa a numeroase femei, de-a lungul a 20 de ani, ca să nu mai vorbim de

cazul Clinton-Lewinsky). Pierre Avril nu ezita deloc să afirme că „în mod evident, aceasta nu ține în Franța, de pildă, de deontologia politică“. Totuși, și în Europa, și în America se admite explicit că deontologia politică se aplică (sau ar trebui să se aplice) la stilul de viață și mai ales la *relațiile personale*. Astfel, un fost secretar general la Elisée raporta că de Gaulle i-ar fi spus: „dacă îl vedeți pe dl. Pompidou, ar fi bine să-i sugerați să iasă mai puțin și să nu se mai întâlnească cu *anumiți* oameni. Pentru poziția sa este riscant.“²⁰

Care sunt *incompatibilitățile* și de ce apar ele codificate în deontologia politică? Weber observa că cel care trăiește „*pentru*“ politică este în mod *necesar obligat* să trăiască „*din politică*“, ceea ce el numește aspectul „*economic*“ al situației omului politic modern. Sub acest unghi a fost repusă problema democratizării recrutării politice, care permitea ajungerea în Parlament a aleșilor care nu aveau rente și, deci, erau obligați să trăiască doar din indemnizație. Contrastul dintre această sărăcie relativă și sporirea puterii cu care erau investiți îi expunea, firește, tentațiilor.

În acest context este de amintit faptul că legislatorul și-a pus problema *compatibilității* anumitor profesii cu exercitarea mandatului parlamentar, mai ales în ceea ce privește participarea la societăți sau la companii subvenționate. Oricum, important pentru geneza deontologiei politice este faptul că, în genere, nu era în mod expres blamată prezența unui politician în Consiliul de Administrație al unei societăți financiare ce face apel la economii publice, dar, în același timp, se considera că este *periculos* pentru un parlamentar să fie găsit implicat în astfel de afaceri. Totodată s-a ajuns să se aprecieze că este *mai prudent* să se interzică omului politic să acceadă la o atare situație după alegerea sa. Tot astfel, s-a considerat că *nu este bine* ca un deputat sau un senator să conducă o *întreprindere de stat*, deoarece riscă să fie și *judecător și parte*. Oricum, preocuparea de a evita conflictele de interese justifică, printre altele, chiar interzicerea ca *un avocat*

parlamentar să pledeze împotriva Statului sau în procesele de crimă sau delict împotriva averii publice (în Franța, începând din 1972). Cu timpul, au apărut legi referitoare la *transparența financiară a vieții politice* care, în genere, au impus declararea patrimoniului de către Președintele Republicii, parlamentari, membrii Guvernului și titularii unor anumite funcții electiv. Toate acestea în scopul de a decela îmbogățirile anormale care pot apărea în timpul exercitării mandatului și a funcției. În genere, legi apărute în anii 1990-2000 au reglementat finanțarea politică, au prevăzut publicitatea donațiilor către partide etc. În felul acesta, se consideră că omul politic este *ferit de tentații*, în afară de cazul în care încalcă legea, ceea ce iese, într-un fel, din cadrul deontologic propriu-zis.

În Franța, de pildă, regulamentul Adunării Naționale interzice oricărui deputat „să facă uz de titlul său pentru alte motive decât exercitarea mandatului”; el interzice chiar deputaților să adere la o grupare de apărare a *intereselor particulare*

Tema imunității are, prin însăși natura ei, un pronunțat caracter deontologic. Imunitatea a fost imaginată, în principal, nu drept un privilegiu, ci o garanție a independenței omului politic ales în mod democratic. Astfel, de exemplu, parlamentarii nu sunt socotiți răspunzători pentru actele din timpul mandatului, anume *discursurile* lor sau conținutul rapoartelor prezentate. Dar acest privilegiu, care reprezintă *garanția independenței*, nu autorizează *toate licențele* și regulile prevăd pedepse disciplinare împotriva *injuriilor* și a *defăimărilor*; *dacă* asemenea sancțiuni sunt excepționale, mult mai frecvente sunt *admonestările* președinției sau, pur și simplu, *dezaprobarea colegilor*. Împotriva exceselor polemice, un loc aparte îl ocupă cerința formulată imperativ sau doar sugestiv *de a fi rezervat*. În ultimul timp se vorbește chiar de „*datoria*” *de a fi rezervat*.

Deontologia executivului scapă unei codificări precise, în virtutea naturii prerogativelor sale. Acțiunea guvernamentală fiind supusă *respectului legii*, legalitatea este *criteriul moralității sale*. Dar această acțiune comportă în mod necesar o parte importantă de *putere discreționară*, deoarece legea nu poate să prevadă totul și jurisprudența administrativă consacră această stare de lucruri, distingând *legalitatea*, controlată de judecător și *oportunitatea*, care scapă aprecierii sale. Nu rămâne decât ca regularitatea motivelor unui act să poată fi condiția legitimității sale (de exemplu, când există o *deturnare de putere* sau s-a comis o „greșeală de apreciere“).

În ce privește *politizarea administrației* după fiecare ciclu electoral, este vorba, și la noi, și la francezi, mai puțin de reglementări, cât de *moravuri și năravuri*.

Care ar fi concluzia? *Folosirea puterii* decurge din conștiința celui investit și nu cunoaște altă sancțiune decât *responsabilitatea politică*, adică judecarea egalilor în primă instanță. Spre deosebire de *responsabilitatea penală*, responsabilitatea politică *nu este întrutotul codificabilă*, domeniul său fiind cel al eticii, mai degrabă, decât al deontologiei *stricto sensu*. Tocmai de aceea, în mod curent se afirmă că „cineva a încălcat etica“ în acțiunile sale politice sau private. Mai rar, deocamdată, se utilizează expresia „politicianul cutare a încălcat deontologia politică“.

În ultima vreme s-a pus tot mai insistent întrebarea: ce pot face comitetele de etică în politică? În primul rând, ce sunt ele? Comitetele de etică sunt instituții relativ noi, aflate într-o expansiune rapidă. Ele s-au născut, nu explicit, pentru prima dată, în zona politicului. Geneza lor este recognoscibilă:

a) dintr-o cerință de responsabilizare a cercetărilor și a pamenilor politici față de cuceririle bio-medicinei;

b) dintr-o nevoie de a încadra noile practici experimentale (biologice, psihologice, sociologice), mai ales cele ce presupun tehnici de manipulare în domeniul vieții și al conștiinței;

c) din necesitatea de a construi o punte între știință aplicată și aspectele simbolice ale lumii;

d) dintr-o nevoie de a examina, în mod sistematic, conduitele în domeniul științelor vieții și ale sănătății din punctul de vedere al principiilor etice universale (în primul rând, dreptul universal la *demnitate* umană).

În orice caz, istoric vorbind, se acceptă că importante prescripții etice s-au formulat după Procesul de la Nürnberg („Codul“ de la Nürnberg referitor la cele zece porunci privind experiențele pe om). Aceste prescripții au fost posibile prin constituirea ad-hoc a unor comitete etice. De asemenea, în 1993, U.N.E.S.C.O. a inițiat un *Comitet internațional de bioetică* a cărui misiune a fost aceea de a promova un spirit de solidaritate mondială în domeniul cercetărilor care interesează omenirea ca specie (în special cercetarea genomului uman). S-au pus, astfel, atât în fața cercetătorilor, cât și a factorilor politici implicați, întrebări de tipul: *ce fel* de stăpânire a propriei evoluții suntem pe punctul să dobândim? și, în folosul *cui*?

Oricum, originea comitetelor de etică trebuie căutată, mai ales, în S.U.A., unde Congresul a creat în 1974 *Comission for the Protection of Human Subjects in Biomedical and Behavioral Research*, care este o structură interdisciplinară care se întrunește o dată la patru ani. Franța a fost prima țară care s-a dotat cu un organism permanent, *Comitetul Consultativ Național de Etică*, creat prin decret în 1983. Acum există cel puțin vreo treizeci de Comitete Naționale de Etică, inclusiv în țările Europei de Est, dar nu și în România.

Ideea de expertiză etică, inclusiv prin intermediul eticienilor profesioniști, dar și prin comitete etice, implică următoarele tipuri de probleme:

a) politicul, în ultimul timp, își recunoaște și *datoria*, dar și necesitatea de a se înconjura de eticieni experți și/sau de comitete de etică; acestea sunt văzute ca fiind persoane sau consilii *independente de putere* care sunt capabile să discearnă ce anume *amenință* respectul față de om, în conjunctura violențelor tehnice, economice sau statale;

b) condiția esențială pe care trebuie să o îndeplinească expertul în etică (și/sau comitetele de etică) este aceea a *independenței față de putere* și capacitatea de a inspira *dezbaterea democratică*;

c) prin expertiza etică se vede, destul de exact, că politicul trebuie să răspundă la întrebarea *ce este acceptabil* în societate, dincolo de ce spune *dreptul*;

d) *instituționalizarea eticii* prin comitete de etică sau prin experți în etică poate îngrijora pentru că puterea politică ar putea să transfere *problemele incomode* acestor comitete sau acestor experți;

e) pe de altă parte, în cazul în care comitetele de etică ar deveni organisme permanente ale statului, calitatea de membru al lor ar fi o *miză de putere* considerabilă și aceasta ar dăuna autenticității judecăților *personale* pe care membrii trebuie să le exprime.

În concluzie, misiunea comitetelor de etică este una de semnalare și de responsabilizare. În fapt, acestea au rostul să-i ajute pe oameni să înțeleagă (în primul rând pe oamenii politici, într-un mod mai avizat și mai adecvat decât informațiile din mass-media) problemele morale de interes general, care nu trebuie să fie nici *confidențiale* și nici numai rezervate *specialiștilor*.

Oricum, probabil că, în România, ca și în alte părți de lume, dacă s-ar înființa și ar funcționa comitete de etică, concluzia la care ar ajunge aceste comitete reunite ar fi aceea că *foarte multe probleme morale apar și sunt agravate pentru că nu este respectată, de multe ori, pur și simplu, legea*.²¹

8.6. Nivelurile judecății morale și relevanța acestora pentru acțiunea și gândirea politică

Omul politic ca și omul de afaceri trebuie să știe care sunt coordonatele etice prin care sunt judecate actele sale private, precum și faptele și deciziile sale politice. Așa după cum se știe (Lawrence Kohlberg) sunt șase niveluri în evoluția moralității și acestea sunt ușor recognoscibile și în felul în care sunt structurate judecățile morale ale celor ce-au ajuns să facă politică.

1. *etapa ascultării și a supunerii* (în acest prim nivel al conștiinței morale, motivul principal pentru care este respectată prescripția normativă este evitarea pedepșirii proprii);

2. *etapa hedonismului naiv, instrumental* (în acest caz, motivația principală a acțiunilor este legată de plăcere și beneficiu imediat; întrebarea pusă este „ce primesc?“, iar conflictele se rezolvă prin schimburi de servicii, în maniera „cât îmi dai, atât îți dau!“);

3. *etapa așteptărilor mutuale și a conformității* (în acest al treilea palier omul se întreabă mereu „ce vor spune ceilalți?“, iar motivația lui principală este să trăiască la nivelul așteptărilor celor apropiați și să primească aprobarea lor);

4. *etapa menținerii sistemului social* (în acest caz reperul judecății este datoria față de normă, iar motivația principală constă în menținerea ordinii sociale stabile);

5. *etapa drepturilor primare, a contractului și utilității sociale* (în acest caz, omul se întreabă „ce drepturi am?“, iar motivația principală a acțiunilor sale constă în realizarea drepturilor pentru cel mai mare număr de oameni);

6. *etapa principiilor etice universale* (în acest nivel, cel mai înalt, reperul este propria conștiință, iar principiile universale invocate și respectate sunt cele de egalitate, libertate, justiție, demnitate etc. a tuturor ființelor umane).²²

Evident că o importanță specială au ultimele două niveluri. În fond, putem admite că etapa drepturilor primare și a contractului social este corespunzătoare modului de a gândi utilitarist, consecințialist în etică. De asemenea, etapa principiilor etice universale este, în fapt, un echivalent deplin al eticii deontologice. Ce rezultă de aici? Că, în ultimă instanță, deși în acțiunea politică, cele mai multe fapte pot fi judecate *utilitarist*, totuși conținutul moral deplin al acțiunii politice îl avem numai din perspectiva eticii *deontologice*, adică prin prisma principiilor etice universale. Acest adevăr a fost făcut evident, de pildă, de tragedia de la 11 Septembrie 2001: nici un act terorist nu poate fi justificat din perspectiva principiilor etice universale.

În fine, cel puțin câteva probleme pot fi aduse în prim-plan în acest context. Prima: dacă nu există o educație morală consistentă prin care să fie inculcate judecăți conforme cu nivelurile 5 și 6 atunci tot ce se poate spera este, ca un număr semnificativ de cetățeni, să atingă măcar nivelul 4, cel al conformării la sistem. A doua problemă: într-un climat anomic, desfășurat haotic, nici măcar (primul nivel) frica de pedeapsă nu mai funcționează pentru a descuraja sau opri din start fenomene precum, furtul, minciuna, evaziunea fiscală, corupția și mita, traficul de influență etc. A treia problemă este strâns legată de cele două de dinainte: statul de drept dacă funcționează, așa cum se și cuvine după reguli imparțiale, atunci el va fi cel care v-a impune în mod coercitiv judecăți și standarde conforme mai ales cu nivelurile 4 și 5. În fapt, este de presupus că, dacă este întărită în viața publică convingerea că drumul spre moralitatea înaltă trece mai întâi prin respectul acordat legilor, atunci, în mod aproape natural, cei morali pur și simplu, vor beneficia de două avantaje: a) nu vor risca sancțiuni nedrepte și b) vor putea fi „sancționați premial“, adică vor trezi considerație, respect, admirație, ajungând în postura de modele exemplare de comportament.

8.7. Opt reguli cruciale pentru gândirea etică în afaceri și în politică²³

Etica este, în primul rând, un mod de gândire. Desigur că, vorba lui Seneca, unii gândesc binele și făptuiesc răul, dar totuși și pentru a face binele și pentru a avea deprinderi bune este necesar ca, mai întâi să gândești etic. Oricum, se consideră că majoritatea oamenilor din afaceri care greșesc fac acest lucru nu pentru că ar fi răi, ci pentru că sunt obișnuiți să gândească că sunt „atrași în cursă”. De asemenea, unii dintre ei nu iau în seamă semnificația etică a faptelor lor.

A gândi etic înseamnă a raționa în termenii conformității cu regulile atât explicit cât și implicit, înseamnă a gândi în termenii „contribuției la realizarea binelui comun” (John Rawls) și, evident în termenii evitării consecințelor nefaste atât pentru cei din jur cât și pentru noi. A gândi etic presupune sesizarea valorilor, simțul valorilor și capacitatea de a realiza adecvat valorile morale. Calea obișnuită însă de acces înspre orice valoare morală este cea dată de urmarea regulilor, normelor, imperativelor. În acest sens Robert C. Solomon și Kristine Hanson în, *It's Good Business* (1985) au propus opt „reguli cruciale” pentru gândirea etică în afaceri: Se poate vedea relativ ușor, că ele sunt valabile, în cea mai mare parte, și pentru gândirea etică în politică.

Întâia regulă este o reformulare a „regulii de aur” („Tratează-i pe ceilalți așa cum tu însuși ai vrea să fi tratat”): *Gândește-te (ia în considerație) binele și bunăstarea celorlalți oameni, inclusiv binele și bunăstarea neparticipanților.*

Regula în varianta ei ideală, cere fiecăruia să maximizeze întotdeauna și în orice condiții, interesele tuturor celorlalți. Autorii menționați arată că, în mod real, acest lucru nu este întotdeauna posibil. În primul rând, pentru că nici un om nu se așteaptă ca un om de afaceri să-și sacrifice propriile interese și în

al doilea rând, pentru că este practic aproape „imposibil să se țină seama de toată lumea”. Ei propun o variantă minimală a acestei reguli: să contribuim și să ajutăm acolo unde putem și să evităm pe cât cu putință, consecințele rele, nefaste asupra celorlalți. În interpretarea lor nu există nimic în regula de aur care să ne ceară să ne negăm interesul propriu sau să ne sacrificăm pentru binele public. „Ea ne spune doar că trebuie să ținem seama de efectele pe care unele acțiuni le au asupra altora și să cântărim câștigurile unora și pierderile altora”.

Cea de-a doua regulă sună astfel.: *Obișnuiește-te să gândești ca un membru al comunității politice sau de afaceri și nu ca un individ izolat.* Afacerile – și au regulile lor proprii referitoare la proprietate, corectitudine sau imparțialitate. Acestea nu sunt reductibile doar la chestiuni de curtoazie, politețe sau protocol. Acestea sunt, de fapt, *condițiile* care fac posibile afacerile: respectarea contractelor, plata datoriilor, vânzarea produselor la un preț rezonabil și nu doar în avantaj propriu. Acestea sunt *necesare* pentru existența comunității afacerilor.

Cea de-a treia regulă vizează raportul dintre legalitate și moralitate: *Dă ascultare și supune-te legii, dar să nu depinzi doar de legi.* Este de la sine înțeles că afacerile și cei implicați în ele trebuie să se supună legii, dacă nu din moralitate în înțelesul deplin al termenului, atunci măcar din prudență. Trebuie întotdeauna adăugat faptul că, gândirea etică nu se rezumă doar la *supunerea legală*. Se știe că există comportamente anetice (sunt cele în care nu se încalcă legea juridică) după cum, se știe că ceea ce este bun sau rău se situează și dincolo de ceea ce este definit *stricto sensu* de lege. Problema este, de asemenea, că sunt destule lucruri care nu sunt neapărat imorale sau ilegale, dar care ne provoacă repulsive sau dezgust (cum ar fi țișatul în lift), după cum sunt fapte nedrepte sau anetice (a oferi unui invitat la cină un fel de mâncare care ști că nu-i place sau chiar îi face rău; a-ți plăti

datoriile doar după dată limită; a profita de încrederea și buna-credința cuiva).

Îndemnul final pentru această regulă este: *Supune-te legii dar nu te opri la ea*. Există implicată în acest context și ideea că, ar fi de dorit ca, *actele supererogatorii* (a-ți face mai mult decât datoria) să fie o prezență și-n politică, și-n afaceri.

Cea de-a patra regulă a gândirii etice în afaceri : *Gândește-te (consideră-te) pe tine și compania ta, ca parte a societății*. Această regulă se legitimează și ea atât din punctul de vedere al eticilor consecințialiste (utilitariste) cât și din punctul de vedere al eticilor grijii. Oamenii de afaceri știu că afacerile se fac în societate și ei se gândesc pe ei ca persoane responsabile de ce se petrece în societate ca întreg. Afacerea, în ultimă instanță, nu constituie o comunitate închisă; ea există pentru că servește societatea și nu-i dăunează. Deloc întâmplător comparația lui Albert Carr dintre regulile afacerilor și regulamentul jocului de poker (ambele domenii și-ar avea propriile reguli care n-ar trebui confundate cu regulile morale ale societății) a trezit o adevărată furtună printre eticieni, astfel încât, o atare interpretare a avut darul de-a invita la reflexie serioasă asupra afacerilor și chiar darul de-a cere un cod de reguli riguroase pentru afaceri și pentru politică. Înseamnă că, așa cum admitem că, oricare om în societate nu poate fi gândit în afara regulilor morale elementare, nici omul de afaceri – și cu atât mai mult omul politic – nu se poate concepe pe sine separat de societate. Pentru a întări ideea aceste legături *necesare* dintre fundamentul afacerilor și bazele vieții, este citat adeseori președintele Fundației Ford: „Ori avem o fabrică socială care ne cuprinde pe toți ori suntem într-o mare încurcătură”. Tot în acest context poate fi amintit John K. Kennedy cu celebra sa formulă: „Nu te întreba ce-a făcut America pentru tine, ci ce ai făcut tu pentru ea”.

Cea de a cincea regulă este cea mai evidentă și cea mai de neevitat regulă a gândirii etice: *Supune-te regulilor morale*. Se

poate dezbate îndelung despre *cum* și în *ce fel* se aplică o regulă morală. De asemenea, și-n acest caz nu se poate invoca „scuza ignoranței” („N-am știut că n-ar trebui să mint și să înșel”). Mai mult, cel care se scuza în acest fel se acuză, pentru că, în fapt, nu există scuze pentru imoralitate, iar orice explicație (inclusiv ignoranța), nu ține loc de scuze. Rigorist vorbind, în sensul în care Kant înțelege morala, regulile morale sunt imperative categorice, adică norme valabile în mod universal și necesar pentru orice ființă rațională. Ele sunt reguli absolute și necondiționate, sunt porunci și comenzi pentru oricine, în orice situație a vieții, fără nici o excepție. Se înțelege că statutul de manager, director de companie sau politician nu este de natură să suspende, prin el însuși *valabilitatea universală* a regulilor, a imperativelor morale. În fapt, chiar dacă acestea sunt, probabil, prea extreme pentru a fi practice, totuși, ele semnalează că „regulile morale sunt „inima eticii și că nu poate exista nici etică și nici afaceri fără ele”.

Cea de-a șasea regulă face trimitere la idealul obiectivității din știință și la idealul neutralității axiologice, al imparțialității din domeniul științelor sociale și umane. Regula sună astfel: *străduiește-te să gândești obiectiv*. Această cerință înseamnă străduința de a aplica regula tuturor în mod egal, înseamnă capacitatea de-a fi „dezinteresat”, adică de a gândi pentru moment din perspectiva altora. În acest sens, când se aplică regula gândirii obiective, neutre, imparțiale, atunci apare foarte distinctă diferența dintre, pe de o parte, o acțiune care este sau nu *dreaptă* și/sau *bună* și, pe de altă parte, o acțiune care este sau nu în *interesul tău*.

Penultima regulă, imaginată și propusă de Robert C. Solomon și Kristine Hanson se referă explicit la *cine* este cel ce face un lucru sau altul și care respectă sau nu regula morală. Ideea este că, etica nu este doar supunerea impersonală față de niște reguli (în fapt apelul la etimologie este în acest caz necesar

și lămuritor pentru că termenul de *etică* provine de la grecescul *ethos*, care înseamnă și *caracter*), ci și, grija față de *caracterul personal*, față de *reputația* persoanei sau a companiei. Regula ar primi următoarea formă: *Pune-ți întrebarea: Ce fel de persoană ar face un asemenea lucru?* O atare întrebare vizează direct conștiința morală, „ce simți față de tine: stimă sau dispreț, bucurie și sentimentul împlinirii sau tristețe și culpabilitate? La un asemenea înțeles al regulilor se referea, probabil, Peter Druker atunci când rezuma etica afacerilor la formula să fii capabil să te privești în oglindă dimineată”.

În fine, ultima regulă, cea de-a opta, propusă de autorii menționați, se referă la modul în care poate fi soluționat normativ (și valoric) conflictul dintre două sisteme etice de gândire. Astfel, adeseori, cel mai dificil mod de gândire etică cu care se confruntă oamenii de afaceri nu privește conflictul dintre etică și profit, ci, mai degrabă, conflictul dintre tradițiile morale ale altora și propriile tradiții ale comunității din care faci parte. Mai specific: conflictul dintre morala celorlalți și propriul tău cod etic.

În general, este o regulă încetățenită, aceea conform căreia trebuie să urmezi tradițiile și codul etic al comunității din care faci parte. Soluția de ordin moral, în cazurile în care apare un conflict între cele două tradiții morale, este aceea a retragerii la nivelul codurilor tari”, or, acestea sunt cele ale principiilor morale proprii. Acestea vor avea prioritate. Mai dificil este cazul în care apare întrebarea: ce ar trebui să facă o persoană când chestiunea morală nu este clară iar categoriile morale variază de la o cultură la alta? Regula, care acoperă aceste cazuri sună astfel: *Respectă tradițiile morale ale altora dar aceasta nu cu prețul sacrificării principiilor etice universale.*

În ultimă analiză, gândirea etică în afaceri nu este altceva decât a-i trata pe oameni ca ființe, persoane și cetățeni integrați în societate, ca ființe ce au nevoi legitime de bunăstare și care sunt îndreptățite să solicite respect și stimă față de sine.

Supra -- regula eticii afacerilor și a eticii în politică ar putea suna astfel: nu este nimic anetic în a face bani și a avea succes în politică, însă banii și succesul nu reprezintă principala și unica grijă a gândirii etice în afaceri și în politică²⁴.

NOTE:

¹ Vezi în acest sens, pentru semnificațiile tradiționale, Raymond Polin, *Ethique et politique*, Edition Sirey, Paris, 1968. Pentru adâncirea discuției referitoare la etica politică, vezi Giovanni Sartori, *Teoria democrației reinterpretate*, Polirom, Iași, 1999, cap. 5 (pp. 99-134), cap. 6 (pp. 135-176), Addenda cap. 8 *Cetatea bună și politica proastă* (pp. 473-476 și cap. 9 *Hic sunt leones* (pp. 476-482). Pentru o cercetare și aplicată, și adâncită a se vedea Daniel Barbu în *Republica absentă*, Ed. Nemira, București, 1999 care analizează, de asemenea, felul în care etosul românesc – de la cel înrădăcinat în medievalitatea bizantină și până la cel din post-comunism – a structurat politica autohtonă. În fapt, moravurile și năravurile sunt parte constitutivă a mentalităților, iar politica practică nu poate să nu fie influențată și de natura și forma de expresie a mentalului colectiv așa cum se manifestă acesta în secvențe temporale medii și mari.

² Giovanni Sartori, *op.cit.*, p. 99.

³ Vezi aceeași idee și în cap. *Valorile morale în democrație și etosul afacerilor*.

⁴ Henri Bergson, *Cele două izvoare ale moralei și ale religiei*, Ed. Institutului European, Iași, 1992.

⁵ Benjamin R. Barber, *Jihad vs. McWorld*, Ballantine Books, New York, 1996, (tr. românească, *Războiul sfânt contra globalizării*, Ed. Incitatus, București, 2002).

⁶ Ideea aceasta este dezvoltată pe larg de Alasdair MacIntyre în *Tratat de morală*, După virtute (tr. Catrinel Pleșu), Ed. Humanitas, București, 1997.

⁷ Vezi pe larg dezvoltată această idee în Gilles Lipovetsky, *Amurgul datoriei*, Ed. Babel, București, 1996 și în volumul prezent în cap. *Etica afacerilor în perioada postmoralistă*.

⁸ Petre Roman, *Este România pregătită pentru adevăr?* (carte în curs de apariție, 2005).

⁹ Petre Roman, *op.cit.* (după manuscris).

¹⁰ Silviu Brucan, *Stâlpii noii puteri în România*, Ed. Nemira, București, 1996, p. 13.

¹¹ Silviu Brucan a reîntărit aceste idei recent, în studiul *Evoluția bazei sociale a partidelor și polarizarea socială*, publicat în Revista 22, Anul XVI, 1-7 martie 2005, pp. 10-11. Citatele sunt din acest studiu. În *Stâlpii noii puteri...* în „coridoarele tentației” sunt „fotografiate” șase categorii de capitaliști apăruiți „peste noapte”: 1. Directorii de stat cu anexa privată; 2. „Organizațiile de import-export ai căror directori au fructificat relațiile cu firme occidentale; 3. Rudele CEPEX cu averile și legăturile lor; 4. Diaspora – românii întorși în țară cu capital; 5. Self-made-men-antreprenori energici care au urcat în viteză pe scara afacerilor; 6. Coridorul bancar”, *op.cit.*, p. 13.

¹² Vezi și Alexandra Ionescu, *Le bien commun et ses doubles. Deux rencontres roumaines entre morale et politique*, Ed. Universității din București, 2001.

¹³ Vezi pe larg, Gheorghe Lencan Stoica, *Machiavelli – filosof al politicii*, Ed. Științifică, București, 2000, pp. 86 și urm.

¹⁴ Dennis F. Thompson, *Political Ethics and Public Office*, Harvard University Press, 1997.

¹⁵ M. Walzer, *Just and Injust Wars: a Moral Argument with Historical Illustrations*, New York, 1977, p. 17, apud. Dennis F. Thompson, *op.cit.*, p. 86.

¹⁶ Dennis F. Thompson, *op.cit.*, p. 132.

¹⁷ Vezi și Vasile Morar, *Moralități elementare*, Editura Paideia, București, 2004, pp. 67 și urm.

¹⁸ Preluăm citatul din Dennis F. Thompson, *op.cit.*, p. 88.

¹⁹ Vezi și Raymond Aron, *Spectatorul angajat*, Ed. Nemira, București, 1999.

²⁰ Preluat citatul din Dennis F. Thompson, *op.cit.*, p. 93.

²¹ Vezi în acest sens, pentru cazul românesc în relația cu U.N.E.S.C.O., studiul Laurei Grünberg, *UNESCO și bioetica în România*, în Rev. „Bioetica în România: teme și dileme”, București, 1999, pp. 13-16.

²² Vezi și cap. din volum dedicat relevanței nivelurilor judecății etice pentru etica afacerilor.

²³ După Robert C. Solomon, Kristine Hanson, *It's Good Business*, în William H. Shaw & Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, Wadsworth Publishing Company Belmont, California, 1992, pp. 36-45.

²⁴ Aceste reguli (precum și tot ceea ce reprezintă conținutul acestui capitol) au fost prezentate și discutate în anul 2002 în cadrul Fundației pentru pluralism cu tinerii lideri politici români. *Training-ul* a fost realizat prin participarea Luminiței Petrescu, Sandu Dumitru, Adrian Săftoiu, Paul Baran, Alin Teodorescu, Vasile Morar, Silviu Vladislav. Vezi, în acest sens, studiile publicate și cu un an înainte (2001), semnate de Mihnea Constantinescu, Luminița Petrescu, Silviu Vladislav, Paul Baran, Dan Petrescu, Adrian Baboi-Stroe, Mihaela Lambru, Stelian Tănase, Renate Weber, Andrei Stanciu, Alin Dumitru, Adrian Bădilă, Ștefan Fătulescu.

Capitolul 9

De la etica tradițională la etica post-moralistă

Capitolul 9

De la etica tradițională la etica post-moralistă

Apariția acestui nou domeniu al preocupărilor teoretice și aplicate, numit etica afacerilor a fost pus pe seama unor cauze multiple. Totuși, nu arareori, această vizibilitate în exces a fenomenului, mai ales prin intermediul mass-mediei, a făcut ca etica afacerilor să fie etichetată ca ținând de o cauzalitate minoră – fenomenul *modelor intelectuale*¹. Mult mai sigur este însă că un atare fenomen este legat de întreaga structură a spiritualității contemporane, inclusiv deci de filosofia postmodernă și de sensibilitatea postmoralistă² care s-a conturat tot mai pregnant în ultimele două-trei decenii. În orice caz însă apariția eticii afacerilor nu este un simplu moft și nici un banal accident în istoria gândirii morale. În acest sens ea este legată de ceea ce se numește al „treilea tip de etică” ce nu-și mai găsește modelul nici în morala religioasă tradițională, nici în cea modernă a datoriei laice, rigoriste și categorice. Astfel, conform acestei ipoteze, dacă timp de aproape două secole societățile democratice au înconjurat cu un nimb strălucitor ideea de datorie („nume sublim și măreț” va spune Kant), au glorificat valoarea obligației și a dezinteresului pur, au sacralizat virtuțile private și publice, au glorificat munca și sacrificiul de sine, acum consideră Gilles Lipovetsky, „datoria nu se mai scrie cu majuscule, nu mai este severă și necondiționată, este reconciliată cu plăcerea și cu interesul particular, iar cuvântul «trebuie» a fost înlocuit de îndemnul la fericire, obligația categorică a cedat întâietate stimulării simțurilor, iar interdicția absolută reglementărilor *à la carte*³. Același autor consideră că noi trăim în epoca post-

datoriei, în cuprinsul căreia cultura datoriei bazată pe sacrificiu a murit și am intrat în perioada *postmoralistă* a democrațiilor. Postmoralismul este însă sinonim și cu resemnificarea temelor morale tradiționale, dar și cu preocuparea acută pentru noi fruntarii ale moralei: morala în natură (etica mediului), în științele biomedicale (bioetica), etica în întreprinderi (morala afacerilor), etica în mass-media (*charity shows* și etica jurnalismului)⁴ etc. Postmoralismul nu înseamnă nici *moralism*, dar nici *antimoralism*; el este o nouă stare a moralei, un nou fel de a fi moral; el nu este o „reîntoarcere la morală” (nici la cea întemeiată religios, nici la cea laică, desacralizată), dar nu este nici o negare a oricărei morale.

În fapt, arată Gilles Lipovetsky, societatea postmoralistă desemnează epoca în care datoria este edulcorată și anemiată, în care morala nu mai pretinde să te dedici unui scop pur ultim, în care drepturile subiective domină prescripțiile imperative, în care „lecțiile de morală” sunt însoțite de spoturi publicitare ce exaltă viața confortabilă, în care răul este transformat în spectacol, iar idealul este prea puțin elogiat, în care triumfă o „morală nedureroasă” – stadiu ultim al culturii individualiste democratice, „morală debarasată de-acum încolo, în logica ei profundă, de moralism, ca și de antimoralism”.⁵ Conform aceleiași ipoteze, această logică postmoralistă care implică o cultură postmoralistă (disoluția datoriei, a sacrificiului eului, dar și creșterea autonomiei) nu implică însă și o *cultură postmorală*. Astfel, dacă pe de o parte elogiul datoriei a devenit caduc pe de altă parte în societatea actuală nu s-a creat un vid etic, ci au fost reintroduse anumite interdicții, au fost reînstituate valori, iar timpul „permisivității generalizate” se pare că a trecut. Prin urmare, chiar dacă „liturghia datoriei sfâșietoare” nu mai are suprafață socială aceasta nu înseamnă că „moravurile au căzut pradă anarhiei”; înseamnă că bunăstarea și plăcerile sunt ridicate în slăvi, dar societatea civilă este totuși avidă de ordine și

moderație; înseamnă că drepturile subiective au căpătat preeminență, dar aceasta nu semnifică faptul că „totul este permis“.

Tezele referitoare la această nouă cultură postmoralistă sunt în esență următoarele: a) etica binelui și a datoriei a fost înlocuită de o civilizație a bunăstării și a consumului care-și cere, la rândul ei, și o reprezentare în scena valorilor, în sistemul de interdicții, în regulile de conduită cotidiană și în sfera profesională; b) această cultură postmoralistă continuă într-un alt mod procesul de secularizare a moralei, iar cultura contemporană, lipsind de legitimitate liturgia datoriei, eliberează morala de un „rest“ religios: există astfel interdicții, dar nu mai există prescripții care să îndemne la sacrificiu, există valori, dar nu mai există imperative eroice, există și sunt recunoscute sentimentele morale, dar nu mai este atât de acut sensul datoriei, iar cultura autodeterminării individualiste a cuprins sfera morală astfel încât epoca fericirii narcisice nu este cea a lui „totul este permis“, ci este aceea a unei „morale fără obligație și fără sancțiune“⁶; c) amurgul datoriei este însoțit de o scădere a interesului pentru o pedagogie austeră a voinței și acesta este acompaniat de o întâietate acordată pedagogiilor comunicaționale ale inițiativei, ale mobilității, ale autonomiei, ale „dezvoltării personale“; nu se mai atribuie valoare exclusivă efortului anevoios, permanenței, supunerii categorice, ci implicării de sine și capacității de a se forma; acum, omul „introdeterminat“, cel al „voinței pure bune“ este înlocuit de omul polivalent, capabil de a se recicla și de a se adapta în fața unei lumi incerte, complexe, haotice; d) cultura postmoralistă este solidară cu o etică minimală (în opoziție cu maximalismul rigorist al datoriei pure) și cu o relativizare a valorilor morale, dar aceasta nu implică nici absența interesului pentru morală, nici ideea că „se poate face orice“; prin urmare, „etica de al treilea tip“ înseamnă dotarea cu un „giroscop etic“ capabil să dea sens unor activități precum cele economice. de

muncă, asociate în mod curent doar cu obținerea profitului sau cu „disciplina supusă”; e) cultura postmoralistă este „totală” în sensul că nici un aspect al vieții (relațiile cu natura, relațiile de muncă, relațiile cotidiene și de afaceri) nu rămâne neafectat, pe de o parte, de comunicare⁷ și, pe de altă parte, de nevoia de-a reglementa specific aceste domenii; în acest sens, de pildă, morala asociată întreprinderilor de până la faza postindustrială ținea seama de faptul că întreprinderea modernă era *anonimă* și era bazată pe disciplină și pe abnegația muncii, în timp ce întreprinderea postmodernă se vrea purtătoare de sens și de valoare, iar lumea afacerilor își dorește „spiritualitate”, personalitate filosofică și morală; oricum, acest proces de personalizare și de comunicare nu are în prezent limite, și el „transformă” atât indivizii, cât și întreprinderea, nu prin intermediul *contestației*, ci prin afirmarea *idealurilor*; este adevărat însă că, pe măsură ce concurența economică se intensifică, marile firme își afișează insistent preocuparea pentru valori și idealuri nu atât ca imperative necondiționate, cât ca vectori de adeziune și dinamizare a angajaților.

În concluzie, *business ethics* nu este un lux pe care și-l oferă întreprinderile și firmele înfloritoare ci, mai degrabă, un imperativ al societăților democratice și al întreprinderilor liberale „care au atins vârsta majoratului”.⁸ De asemenea, etica afacerilor combină, pe de o parte, *prin interesul ei explicit pentru valori și norme – rigoarea principiilor* cu, pe de altă parte, *flexibilitatea pragmatică*; ea este o etică, în același timp aproximativă și „rectificată” ce se reînnoadă nu atât cu tradiția morală religioasă sau cu cea desacralizată, cât cu tradiția democratică, cu *homo democraticus*; în etica afacerilor din „democrația postmoralistă” este canonizată nu atât datoria absolută, cât spiritul de responsabilitate, nu atât supunerea față de lege, cât „exceleța totală”; în morala afacerilor înclinația oamenilor spre responsabilitate, dezvoltarea personală și progres social este

conjugată cu tendința lor spre eficacitate, competiție și interes material. În fapt, în perioada democrațiilor postmoraliste, când dispare religia datoriei, nu se asistă la declinul generalizat al tuturor virtuților (dovadă că interesul pentru *bunăvoință*, *onestitate*, *încredere* și *bunăcredință* reprezintă o constantă recognoscibilă în toate cele trei tipuri de etică) ci doar la juxtapunerea unui proces dezorganizator cu un proces de reorganizare etică ce pleacă de la normele individualiste; în această perioadă se accentuează, de asemenea, două logici antinomice ale individualismului: pe de o parte individualismul atașat de regulile morale, atașat de echitate și de viitor, iar, pe de altă parte, individualismul atașat de egoism, de deviza „după mine potopul!"; prin urmare, este vorba de opoziția dintre individualismul responsabil și individualismul iresponsabil. Or, acest elan etic contemporan vizibil în interesul pentru „suflet" în afaceri, pentru norme în atitudinea față de natură demonstrează că în fața cinismului și a iresponsabilității, forțele individualismului responsabil nu și-au spus ultimul cuvânt. De asemenea, în perioada postmoralistă s-a ajuns explicit să fie respinse atât predicile moralizatoare, cât și să fie fetișizat interesul personal; rezultatul constă în apariția unor „etici inteligente și aplicate"⁹ (Gilles Lipovetsky), interesate mai mult de obținerea unor rezultate benefice pentru om, decât de formularea unor intenții pure, a unor etici mai mult reformatoare, decât idealiste, mai interesate să cultive sentimentul responsabilității, decât să comande. Astfel, spiritul postmoralist ajunge să afirme în modul cel mai firesc cu putință că este de preferat o acțiune „interesată", dar capabilă să amelioreze soarta oamenilor, decât o *bunăvoință incompetentă*. Or, etica afacerilor statuează tocmai această deculpabilizare a acțiunii interesate (cu corolarul: afacerile sunt interesate dar aceasta nu înseamnă că ele sunt a priori „murdare", imorale) și legitimează „mariajul eticii cu *business-ul*". De asemenea, în societatea postmoralistă coexistă totuși atât noii

adepti ai virtuților morale în afaceri, care văd sfera afacerilor „ca supliment de suflet individual“, cât și apărătorii *laisser-fair*-ului, cu alte cuvinte coexistă „etica bazată pe convingere“ (în sensul lui Max Weber) cu amoralismul „mâinii invizibile“ (în sensul formulat de Adam Smith „al viciilor private ca virtuți publice“). Or, potrivit ipotezei conform căreia etica afacerilor este un produs al celui de-al treilea tip de etică, ea este esențialmente o etică bazată pe dialog, ea este o etică o responsabilității orientată spre căutarea unui *echilibru* între eficacitate și echitate, între profit și interesele salariaților, între respectul pentru individ și binele comun, între prezent și viitor, în fine, un echilibru între libertate și solidaritate.

Cei ce susțin că nevoia de etică în afaceri este în primul rând un rezultat al structurii postmoraliste al democrațiilor actuale insistă, de asemenea, asupra ideii conform căreia între cauzele generatoare se află și un motiv ce ține de managementul macroeconomic: *reglarea prin plan a eșuat, iar cea prin piață s-a dovedit insuficientă*. Acest argument este mult mai amplu, dar el poate fi sintetizat în formularea: depășirea cerințelor logicii *laisser-fair*-ului nu se realizează printr-o simplă adiție de „caritate“, de „generozitate“, de „altruism“, ci prin și din *necesitate*, adică prin raționalizarea tuturor resurselor din societatea democratică, inclusiv a celor de ordin moral, pentru creșterea bunăstării sociale și a calității vieții individuale.

În fine, morala în afaceri este și expresia interesului pentru viitor, iar a „da șanse viitorului“ și a „reînarma“ societatea împotriva excesului individualismului este considerată *miza* eticii afacerilor. Gilles Lipovetsky notează în acest sens concluzionând: „această conștiință a limitelor individualismului nu duce nicidecum la reabilitarea normelor constrângătoare și inflexibile de altădată; epoca în care intrăm refuză în egală măsură amoralismul sau imoralismul individualist cât și sacrificiul moralist, iar timpurile cer să refuzăm soluțiile drastice și să

căutăm o etică a *compromisului*: compromis între drepturile individului și obligațiile salariaților, între interesele acționarilor și cele ale consumatorilor, între beneficii și protecția mediului, între rentabilitate și justiție socială, între prezent și viitor; idealul pentru *business ethics* este «calea de mijloc», echilibrul dificil dar necesar între diversele interese contradictorii ale agenților economici și sociali¹⁰. Prin urmare, etica afacerilor nu este nici numai o modă pasageră, nici numai o *invenție* intelectuală a unor teoreticieni dornici să „experimenteze” noi tărâmurii pentru etică, ci ea este un răspuns complex și adecvat dat de societățile democratice postmoraliste pentru a-și regla și autoregla parcursul prin gestionarea conflictelor sociale și economice, prin administrarea contradicțiilor organizaționale¹¹ și prin armonizarea intereselor de bunăstare cu cele de apreciere și autoapreciere morală. În această ordine de idei, în perioada postmoralistă¹² însăși ideea de *criteriu etic* a primit un nou conținut, fapt vizibil mai ales prin intermediul conceptului de *ethical investment*. Astfel, „*criteriul etic*” nu mai este considerat atât de „pur” și „dezinteresat”, dar el este în mod sigur mai legat de „eficacitate” și „interes” și, prin aceasta, de *binele public*. Deci etica afacerilor este posibilă numai în cuprinsul acestei noi sinteze inaugurate de „cel de-al treilea tip de etică”.

În concluzie, putem afirma că afacerile, prin natura lor, au solicitat un „răspuns etic”, atât pentru gândirea modernă cât și pentru cea postmodernă. În acest sens, Mircea Malița într-o lucrare de referință *Zece mii de culturi o singură civilizație – spre geomodernitatea secolului XXI* (1998) adoptă – ca întotdeauna, în toate cărțile sale – o poziție echilibrată în ceea ce privește prezența atât a „virtuților” cât și a „păcatelor” postmodernității. Pe de o parte avem „prăbușirea zidurilor”, a dogmelor ideologice, neîncrederea în metanarativitate, descoperirea diversității, simultan cu afirmarea autonomiei individuale, critica fundamentalismului și esențialismului iar, pe de altă parte, avem

„detronarea hegemoniei rațiunii clasice”, „desființarea adevărului”, „dispariția universalității” contestarea realității însoțită de relativism axiologic, imposibilitatea comunicării și „denigrarea” civilizației¹. Ca adept al *dezvoltării durabile*, Mircea Malița înțelege să accentueze, simultan, „orice virtute”, fie că aceasta este legitimată într-un discurs modern, fie că legitimarea apelează la registrul de apelative de tipul „post-datoriei” sau al „post-moralismului”. Cu argumente solide autorul român susține necesitatea unei *continuități etice* care să asambleze, pe de o parte, *binele* cu *drepturile* și *îndatoririle* (corespondentul eticii greco-latine și iudeo-creștine și prelungirea acestora în gândirea modernă) cu, pe de altă parte *responsabilitatea* față de ceilalți, inclusiv față de „generațiile viitoare” (responsabilitatea fiind corespondentul major al gândirii postmoderne mature).

Prin urmare, *dezvoltarea durabilă* cere însoțirea cu o *etică a responsabilității permanente*.

NOTE:

¹ Evident că Peter Drucker este cel mai adesea citat pentru această încadrare a eticii afacerilor în fenomenul „șic” (în: *Ethical Chic*, Forbes, sept. 1981, pp. 160-173, apud Gilles Lipovetsky, *Amurgul datoriei*, Editura Babel, București, 1986, p. 277), dar și Lipovetsky nu ezită să afirme: „Ascensiunea febrei etice pare să nu mai aibă limite... este rândul lumii afacerilor de a sucumba farmecului neașteptat al valorilor. Se știa că universul întreprinderii se călăuzește după criterii de eficacitate și rentabilitate, iată-l acum în căutare de suflet de «*business ethics*», ultimul strigăt al modelor manageriale“... în: Gilles Lipovetsky, *op. cit.*, p. 274. Sau, și mai pregnant: „nicăieri *business ethics* nu apare în asemenea măsură ca un *efect al modei* (s.n.). Amestecând de-a valma sfaturi practice și imperative superioare, spirit de eficacitate și exigență spirituală, management și existență, eticianul a prins din zbor spiritul timpului.

Substanța discursului nu are aici nici o importanță, totul e echivalent, totul devine legitim de îndată ce se pronunță semnificantul «etic» și se invocă valorile. Destinul actual al eticii seamănă cu acela care a surâs odinioară «dorinței» sau «structurii»: ceea ce conferă valoare și face credibil discursul constă doar în enunțarea termenului – *sesam*; astăzi totul se poate vinde sub auspiciile eticii. Epoca postmoralistă coincide cu cea a modele generalizate care a reușit să fagociteze dimensiunea morală însăși, să transforme valorile în *gadget* (seminarii de dezvoltare, teste de etică), să promoveze «modetica» și pe eticienii profesioniști până în întreprindere: *op. cit.*, p. 283.

² Interesant este faptul că această conexiune – spirit și sensibilitate postmodernă – etică a afacerilor – este statuată în chip aproape exclusiv în filosofia ultimelor două decenii de expresie franceză și nu în cea anglo-americană.

³ Gilles Lipovetsky, *op. cit.*, p. 58.

⁴ Vezi în acest sens în Peter Singer (Ed.) *A companion to ethics*, 1992.

⁵ Gilles Lipovetsky, *op. cit.*, p. 59.

⁶ Formula aceasta îi aparține lui Jean-Marie Guyau ea fiind cuprinsă în lucrarea devenită clasică, *Esquisse d'une morale sans obligation ni sanction* (1885), dar ea este evocată ca un fel de expresie paradigmatică a gândirii și sensibilității postmoderne.

⁷ Expresiile consacrate sunt „etica-stadiul suprem al comunicării” și „spre un marketing al valorilor”. „Curentul etic merge mână-n mână cu ascensiunea întreprinderii care comunică, instituție «totală» de-acum înainte interesată strategic de a demonstra că are simțul responsabilităților sociale și morale. Nicăieri operaționalizarea utilitaristă a moralei nu e atât de explicită ca în noile strategii de comunicare din întreprinderi. Coduri de conduită, controale etice și comitete de etică, comunicare instituționalizată, mecenat, peste tot obiectivul urmărit este cu precădere acela de a îmbunătăți imaginea instituției într-o epocă în care întreprinderea trebuie să-și gestioneze capitalul său de simpatie ca parte integrantă a capitalului de care se bucură marca sa”. Gilles Lipovetsky, *op. cit.*, p. 291.

⁸ Gilles Lipovetsky, *idem*, p. 277.

⁹ Gilles Lipovetsky, *idem*, p. 26. „Dacă intenția generoasă sau altruistă constituie în mod evident un criteriu moral major, ea nu poate fi considerată ca *unicul criteriu*, în afară de cazul în care susținem poziția care asimilează morala doar cu acțiunile individuale absolut dezinteresate

și care consideră astfel ca echivalente pe plan etic măsurile politice, economice, manageriale, la bază «aceleași» calcule interesate».

¹⁰ *Idem*, p. 289.

¹¹ Este vorba în acest caz de noile „dispozitive cheie” ale raționalității manageriale din perioada post-tayloristă: substituirea autorității disciplinare cu cea de inițiativă; îmbogățirea responsabilităților; delegarea puterilor și eliminarea birocrăției din întreprinderi; atitudine comprehensivă și dispusă la dialog; măsuri de redistribuire a profitului; politică de pregătire permanentă a personalului. Or, irupția valorilor în management ridică permanent probleme etice și de eficacitate.

¹² Pentru analiza condiției postmoderne a se vedea excelenta carte a Mihaelei Constantinescu, *Forme în mișcare. Postmodernismul*, Ed. Univers Enciclopedic, București, 1999. De asemenea, Doru Tompea, în *Provocarea postmodernă. Noi orientări în teoria socială*, Ed. Polirom, Iași, 2001.

13. Mircea Malița, *Zece mii de culturi o singură civilizație. Spre geomodernitate secolului XXI*, prefată de Ricardo Diez-Hochleitner, Președintele Clubului de la Roma, București, Ed. Nemira, 1998, p. 93 și ur.

Anexa 1

Kant în contextul afacerilor

După cum s-a văzut până acum evaluarea dimensiunii morale a afacerilor implică în mod aproape obligatoriu raportarea la dihotomia: teorii *consecințialiste* sau teorii *non-consecințialiste* din etică¹. În acest sens, utilitarismul intră în prima categorie, iar kantianismul în cea de a doua. Mai mult, toate *introducerile în etica afacerilor* rezervă capitole sau paragrafe distincte pentru Mill și Kant. De asemenea unii consideră că utilitarismul este mai potrivit ca teorie etică pentru a fundamenta etica în afaceri în timp ce alții (David Ross de exemplu) demonstrează că tema afacerilor – fiind una care conține inherent ideea de *promisiune* – este legată în primul rând de o etică a datoriei și a obligațiilor². În acest sens, Kant nu poate lipsi din această discuție și din această dispută. *Mutatis mutandis* același lucru se întâmplă și-n cazul eticii mediului, în cel al bioeticii, unde, și aici în ultimă instanță se pun întrebări referitoare fie la consecințe (scopuri) fie la datorii necondiționate.

Kant a cercetat principiile morale care nu se bazează pe contingente și a demonstrat că o acțiune are conținut moral deplin numai dacă ea este efectuată în acord și din respect pentru un principiu (un imperativ categoric) valabil în mod *universal* și în mod *necesar* pentru orice ființă rațională³. El considera că regulile morale pot, în principiu, să fie cunoscute doar prin rațiune și că ele nu se bazează pe observație. Spre deosebire de utilitarism sau alte variante ale consecințialismului, etica lui Kant afirmă că nu trebuie să cunoaștem de pildă *rezultatele* faptului că îmi mint partenerul de afaceri sau că-i înșel pe consumatori

pentru a decide că am acționat *imoral*. Pentru el fundamentul obligației (în acest caz de a spune întotdeauna, în orice condiții adevărul) nu trebuie căutat „nici în natura umană, nici în caracterul lumii”⁴; el este apriori, ceea ce înseamnă că judecata morală nu se bazează pe cunoașterea factuală și că rațiunea pură practică este cea care poate releva principiile de bază ale moralității. Kant arată că nimic nu este bun în sine în afară de Voința Bună, adică de capacitatea specific umană de a acționa din principiu, din datorie. Aceasta nu înseamnă, de pildă, că inteligența, curajul, stăpânirea de sine, sănătatea, fericirea și altele nu sunt bune și de dorit; ele sunt bune însă în funcție exclusivă de voința care le propulsează. Spre exemplu, inteligența nu este bună atunci când este folosită de o persoană rea, de un om rău intenționat. Pentru Kant numai când acționăm din datorie, acțiunea noastră are conținut moral ceea ce înseamnă că atunci când acțiunile noastre sunt ghidate numai de sentimente, înclinații sau interes personal ele nu pot fi pe deplin morale. El distinge în acest context între *legalitate* și *moralitate*. Dacă o acțiune este *conformă* datoriei dar este efectuată și din înclinație, din interes, atunci ea este numai *legală*, nu încă întrutotul morală. Astfel, dacă într-o afacere realizezi că ți-ai înșelat partenerul sau clientul și apoi repari greșeala și-ți ceri scuze, acționezi *în conformitate* cu datoria dar nu încă *din datorie* (dacă faci astfel, de exemplu, plecând de la dorința de a-ți face reclamă sau ca să eviți o eventuală sancțiune legală). În acest caz, gestul tău aparent virtuos s-a întâmplat doar *să coincidă* cu datoria. Acțiunile au valoare morală reală doar dacă izvorăsc din *sentimentul datoriei*, adică din *sentimentul de respect* necondiționat pentru legea morală în sine, pentru imperativul categoric. Totodată, un act are conținut moral indubitabil dacă maxima voinței noastre poate să devină lege de conduită valabilă în mod universal. Atunci când, de pildă, cineva împrumută o sumă de bani și știe bine, de la început, că nu-i va putea restitui la timpul hotărât, *nu se poate*

universaliza o astfel de maximă: „voi face promisiuni pe care le voi încălca ori de câte ori ținerea lor nu îmi satisface interesele proprii”⁵. Această maximă nu poate fi universalizată pentru că ea implică o contradicție. Or, o lege care permite încălcarea promisiunilor ar contrazice însăși natura, esența promisiunii, a oricărei promisiuni, fără nici o excepție. În termenii lui Kant, dacă facem o promisiune pe care nu avem nici gând să o respectăm, atunci maxima pe baza căreia am acționa devine: „când fac o promisiune s-ar putea să decid ulterior dacă o respect sau nu”. Dar, în acest caz, întregul rost al luării unei promisiuni își pierde orice sens. Rostul promisiunilor este acela de a fi respectate. Dacă toți ar fi liberi să-și încalce promisiunile atunci când au chef, practica angajării promisiunilor își va pierde întregul scop și ar deveni imposibil de susținut. Prin urmare, și obiceiul încălcării promisiunilor ar deveni fără sens. Nu ar mai fi nimic de câștigat prin acest lucru deoarece nimeni nu ar mai aștepta ca promisiunile să fie ținute. Deci, principiul conform căruia putem face promisiuni care pot fi încălcate nu poate fi universalizat. Potrivit lui Kant, nu putem, dacă vrem să păstrăm consistența logică, să le cerem tuturor să acționeze astfel. Ca atare, acțiunile care cad sub incidența acestei maxime sunt contrare imperativului și, sunt, prin urmare imorale⁶. În mod similar, o lege care ar permite să minți ar contrazice însăși natura comunicării serioase, deoarece comunicarea serioasă (opusă glumei) presupune că vorbitorul intenționează să spună adevărul. Nu se poate să-ți dorești o comunicare serioasă și în același timp să și glumești, fără să te contrazici. Kant raționează în felul următor: pentru a verifica dacă o regulă sau un principiu reprezintă o lege morală trebuie să ne întrebăm dacă ceea ce condamnă regula este acceptabil, valabil pentru *toate* ființele raționale. Mai precis: când judeci minciuna, furtul sau crima, trebuie să judeci actul respectiv nu numai din perspectiva ta ci, din perspectiva persoanei care a fost mințită, jefuită, respectiv

ucisă. Se presupune că ființele raționale nu doresc să fie mințite, jefuite, ucise. Deci, testul moralității unei legi nu este dat de aceea că oamenii o *acceptă*, ci este dat de faptul că ea *este acceptată* de către toate ființele raționale, indiferent de poziția lor, adică indiferent că sunt cei care *fac* acțiunea sau sunt cei care o *suportă*⁷. Acest principiu al acceptabilității universale are aplicații importante. Să presupunem că un producător decide să scoată pe piață un produs, deși e conștient că acesta nu e de calitate, dar consumatorii nu știu acest lucru. Conform principiului acceptabilității universale, cei care aprobă decizia companiei ar trebui să sprijine scoaterea pe piață a produsului, chiar dacă ar fi ei consumatori. Mai mult ca sigur că nu ar accepta așa ceva. Astfel, legea care ar permite produsului să fie scos la vânzare nu trece testul acceptabilității universale. Alt exemplu: să presupunem că un bărbat consideră că este corectă regula de-a discrimina femeile la angajare. Ca această regulă să devină universal acceptată, acel bărbat ar trebui să o accepte și dacă ar fi femeie, însă nu ar putea face acest lucru, fără să contrazică regula propusă inițial⁸.

Și aceste exemple sugerează că, aidoma utilitarismului, teoria morală a lui Kant se poate aplica organizațiilor și lumii afacerilor. În primul rând, imperativul categoric (în formulările: I. Trebuie să faci întotdeauna în așa fel încât maxima voinței tale să poată deveni legislator universal⁹; II. Trebuie să tratezi umanitatea, atât în persoana ta cât și a oricărei alteia, întotdeauna și în același timp ca scop și niciodată numai ca mijloc¹⁰), oferă reguli clare pentru luarea deciziilor morale, reguli ce nu depind de împrejurări sau consecințe și care nu permit excepții individuale. Astfel, unele acțiuni sunt întotdeauna imorale, indiferent de consecințe și de autori. A minți, este un exemplu. Indiferent cât bine ar putea rezulta din prezentarea falsă a unui produs, o astfel de prezentare intenționată este întotdeauna greșită, rea, sau: expunerea consumatorilor la riscul îmbolnăvirii de plămâni nu poate fi o acțiune justificată nici în cazul în care se

invocă progresul științei medicale. În al doilea rând etica kantiană introduce în deciziile de afaceri o dimensiune umană necesară. În fond una din principalele obiecții aduse egoismului și utilitarismului este aceea că aceste teorii permit tratarea oamenilor drept mijloace pentru atingerea scopurilor. Principiile kantiene interzic acest lucru în chip explicit: „Omul este într-adevăr destul de profan, umanitatea din el este însă *sfântă*”¹¹. Mulți spun că respectul pentru persoana umană (care ca obiect moral are un preț infinit și unic) este necesar astăzi în afaceri, cu atât mai mult cu cât în numele eficienței poate fi sacrificată, nu arareori, demnitatea, libertatea și autonomia persoanelor¹². Or, teoria deontologică kantiană pune accentul deciziei organizaționale pe oameni, în fond, pe ființa umană rațională, văzută ca scop în sine însuși (care nu trebuie să fie folosită numai ca mijloc în atingerea unui scop). De exemplu, brokerii, încurajând cumpărarea și vânzarea exagerată a stocurilor cu scopul de a primi comisioane, își tratează clienții ca simple mijloace, deci îi tratează ca *lucruri*, și nu ca *persoane*¹³. De asemenea, conform teoriei kantiene, pacienții nu pot fi folosiți pe post de cobai într-un experiment medical fără consimțământul lor. Chiar dacă ar rezulta un beneficiu social imens, tot nu s-ar justifica folosirea intenționată de către cercetători a pacienților numai ca mijloc pentru aceste scopuri, pentru că nu s-ar respecta umanitatea din fiecare. Or, aceasta (umanitatea) este inviolabilă și inalienabilă. În al treilea rând, Kant accentuează importanța motivației și a *acțiunii din principiu* ¹⁴, altfel spus, el consideră că există o *motivație morală* pură. În context organizațional și în toate cele trei nivele ale eticii în afaceri (*micro-etica*, *macro-etica* și palierul *molar* al acesteia) acest fapt, al motivației intrinseci, al motivației morale, este important, nu pentru că organizațiile și oamenii nu și-ar avea interesele și înclinațiile lor, care adeseori se află în conflict, ci, pentru că, acest tip de motivație, este, în ultimă instanță, un *reper ferm*, este un *criteriu*, este un *test* cu valoare

absolută, aflat *deasupra* și *dincolo* de toate motivele relative și pasagere de ordin psihologic, social, economic, politic etc. Tocmai de aceea, nu puțini sunt autorii care susțin că, deși foarte multe probleme în afaceri se pretează mai degrabă la soluții utilitariste, totuși, în ultimă analiză, *criteriul de bază* al judecății este cel deontologic¹⁵, cel non-consecințialist. În oricare caz, în ambele formulări ale imperativismului categoric, kantianismul se distinge de utilitarism prin absența oricărui apel explicit la *consecințe* în determinarea moralității sau imoralității acțiunii: ceea ce are importanță centrală și unică este *motivul* acțiunii. Din contră, pentru utilitarism, motivele sunt incidentale; ele contează numai în măsura în care duc la maximizarea utilității prin intermediul acțiunilor pe care le pun în practică; motivele, nu sunt, precum la Kant, un bine în sine, ci, doar în postura de mijloace menite să servească scopul: maximizarea utilității¹⁶.

Câteva critici¹⁷ sunt aduse, îndeobște, eticii kantiene. Prima dintre acestea este ușor de formulat printr-un exemplu. O casierită constantă că i-a dat rest mai puțin unui client, sau un om de afaceri constată că partenerul său i-a trecut mai mulți bani în cont decât i se cuveneau conform contractului. Potrivit interpretării rigorigiste și formaliste a eticii kantiene, dacă omul de afaceri sau casierita repară imediat greșeala dar fac acest lucru din interes propriu (ar vrea să fie lăudați pentru acest gest) sau fac acest lucru din instinct, din obișnuință sau din pură simpatie pentru celălalt, atunci respectiva faptă nu are *deplină* valoare morală¹⁸. În această privință începând cu Fr. Schiller, mulți teoreticieni ai moralei au fost de părere că Immanuel Kant a fost prea sever. Astfel, oare a oferi bani unei organizații umanitare nu are valoare morală dacă faci acest lucru din emoție profundă pe care o simți privind un film cu copii care mor de foame, și, nu din simțul datoriei"? Tot mai des, în interpretările din etica afacerilor¹⁹, se consideră, din contră, că o persoană care are înclinații umanitare

dovedite (generozitate, blândețe, simț al dreptății și al echității, compasiune, iubire) poate fi superioară din punct de vedere moral cuiva care acționează dintr-un abstract și rece simț al datoriei.

O a doua critică sau mai degrabă îndoială poate fi sesizată prin întrebarea: este oare imperativul categoric un test adecvat al corectitudinii morale? Kant afirmă că o lege morală trebuie să fie valabilă în mod universal, *fără nici o excepție*. Astfel este, adusă mereu în prim plan, o idee a lui Kant din scrierile sale de tinerețe unde el spunea că nu poate fi apreciată minciuna niciodată (nici chiar atunci când ești întrebat de un criminal despre cineva pe care-l ascunzi, sau a cărui adresă o știi). Din contră, consecințialiștii afirmă că nu este doar permis, ci este chiar indicat să-i mințim pe răufăcători pentru a preveni suferințe și fapte rele²⁰. de asemenea, cei ce arată dificultățile unui punct de vedere consecvent kantian se întreabă: având de ales între a salva mai multe vieți cu prețul sacrificării unui număr mic de alte vieți, nu este oare obligatoriu să permitem sacrificiul celor puțini, deși nu am dori să fim printre ei? În orice caz, cei ce apără punctul de vedere al a lui Kant și doresc totuși să-i aducă acestuia anumite corecturi arată că, în viață, noi ne conducem comportamentul după maxime mai sofisticate decât cele strict deontologice, kantiene: „Spune mereu adevărul!”, „Respectă-ți promisiunile!”. În acest caz, maxima cuiva ar putea fi: „Îmi propun să le spun adevărul numai celor care caută informații pentru scopuri oneste”. Obiecția adusă acestor „flexibilizări” a principiului universalizării kantiene este următoarea: orice asemenea extindere a acestui principiu ne conduce la non-sens: o maximă nu poate fi, în același timp și sub același raport, și universală și particulară²¹. S-ar ajunge, de exemplu, la situații în care să ne întrebăm, de ce n-ar putea fi maxima funcționarului de a spune adevărul valabil numai pentru cei care locuiesc în cartierului din București sau Mediaș?

O importantă obiecție adusă kantianismului sună astfel: ce înseamnă a trata oamenii ca pe niște mijloace? Afirmția lui Kant că oamenii trebuie întotdeauna considerați scopuri în sine și niciodată numai tratați ca mijloace, exprimă concepția noastră despre valoarea intrinsecă a spiritului uman și are o profundă aplicație morală. Și totuși – va observa Barry – „nu este întotdeauna clar când oamenii sunt tratați ca scopuri și când ca mijloace. De exemplu. Kant consideră prostituția, imorală pentru că, vânzându-și serviciile sexuale, prostituatele permit să fie tratate drept mijloace. Totuși, prostituatele nu sunt singurele persoane care își vând serviciile; toți cei care muncesc pe bani fac acest lucru. Să însemne acest lucru că suntem toți tratați imoral, din moment ce șefii noștri ne angajează ca pe niște mijloace pentru a-și atinge scopurile? Poate că nu, pentru că noi am fost de acord. Dar și prostituata a ales poate să presteze acea muncă”²².

O altă sugestie care pare foarte mult a fi o modificare a kantianismului este aceea de a permite o diferență între obligațiile *actuale* și cele *prima facie* (David Ross). O obligație *prima facie* este aceea de a îndeplini orice datorie morală dar, dacă este respectată cu adevărat, aceasta depinde de faptul dacă intră sau nu în conflict cu o alta, poate mai importantă. Dacă nu există nici un conflict, datoria poate și trebuie îndeplinită. Dacă există însă un conflict, cea mai importantă dintre datorii va fi îndeplinită. Ea devine datoria noastră actuală, efectivă, pe când cealaltă este considerată ca o datorie condiționată. Astfel, de exemplu, datoria noastră de a nu minți poate fi depășită de datoria noastră de a preveni fărâdelegile, pe când, datoria de a nu permite irosirea unor vieți inocente poate fi călcată în picioare de datoria de a conserva cel mai mare număr posibil de vieți²³.

În fine, acest contrast dintre ceea ce s-a numit (Vicent Barry) *flexibilitatea cauzalistă* și *inflexibilitatea deontologică* (non-cauzală) s-a asociat unei constatări de principiu: teoria kantiană este puternică în punctele în care consecințialismul

(utilitarismul) este slab și invers, utilitarismul este puternic acolo unde kantianismul este slab, vulnerabil.

Concluziile extrase sunt următoarele:

1) Teoria lui Kant este un exemplu de căpătâi a unei abordări etice care este în esență sa non-consecințialistă; Kant consideră că numai atunci când acționăm cu sentimentul datoriei acțiunea noastră are valoare morală: *buna-voința*, este singurul lucru care este bun în sine.

2) Potrivit imperativului categoric al lui Kant o acțiune este îndreptățită moral dacă și numai dacă maxima voinței noastre poate fi universalizată.

3) Etica lui Kant ne oferă standarde consistente care nu depind de consecințe, de rezultate; ea accentuează importanța acțiunii pe baza principiului și a prezenței sentimentului datoriei necondiționate.

4) Criticii lui Kant au exprimat următoarele îndoieli a) concepția lui asupra valorii morale este prea restrictivă; b) imperativul categoric nu este un test suficient al binelui și al răului; c) distincția dintre a trata oamenii ca mijloace și a-i respecta ca scop în sine poate fi dificil de aplicat în practică.

Referitor la aceste critici – la care mai pot fi adăugate cele de *rigorism* și *formalism* – am putea afirma că sunt importante dar nu definitorii pentru valoarea eticii lui Kant. În fond, va arăta Nicolae Bellu, autorul monumentalei *Etica lui Kant*, Editura Științifică, București, 1974, – „ceea ce întrevide Kant este o *pedagogie socială imaginată la scara istoriei* (ș.a.), respectiv statuarea unei noi conștiințe de sine a omului, care, făcând din sine – însuși *scop* și depășind prin chiar acest fapt momentul degradării sale într-un simplu *mijloc*, declanșează, totodată, impulsul de energie inovatoare, apt să pună condiția omului în concordanță cu demnitatea și aspirațiile sale”²⁴. Rezultă prin urmare că, *testul kantian* de moralitate poate fi aplicat ca „pedagogie socială imaginată la scara istoriei în toate sferele

activității umane, inclusiv deci, în afaceri și în politică. Putem spune astfel că *Etica lui Kant* este un test de ultimă instanță și de primă importanță; aplicarea testului nu este ușoară, dar este oare facilă aplicarea „testului adevărului” în ipostaza *principiului corespondenței*?

NOTE:

¹ Această distincție apare la mulți autori, dar în rândurile care urmează păstrăm accepțiile conferite de William H. Shaw and Vincent Barry, *Moral Issues in Business*, ed. cit. În fapt, în această Anexă 1, rezumăm ideile din cap. 2, ale suspomenitei cărți.

² Este vorba de celebrul studiu al lui David Ross, *The Right and the Good*, Oxford University Press, London, 1930. *Prima Facie Principles* este analizat de William H. Shaw ... în op. cit., pp. 73-74.

³ Immanuel Kant, *Întemeierea metafizicii moravurilor. Critica rațiunii practice*, Editura Științifică, București, 1972 (Prefață de N. Bagdasar, Postfață de Niculae Bellu).

⁴ William H. Shaw and Vincent Barry, op. cit., p. 68.

⁵ *Idem*, p. 69.

⁶ Immanuel Kant, *Întemeierea metafizicii moravurilor*, ed. cit., p. 21. Kant notează în acest context: „Mă voi convinge îndată că pot voi minciuna, dar că nu pot voi o lege universală de a minți; căci cu o astfel de lege n-ar mai exista, la drept vorbind, o promisiune deoarece maxima mea ar trebui să se distrugă pe ea însăși, de îndată ce ar fi făcută lege universală”.

⁷ William H. Shaw and Vincent Barry, ed. cit., p. 70.

⁸ *Idem*.

⁹ Kant, op. cit., p. 39.

¹⁰ *Idem*, p. 47.

¹¹ Immanuel Kant, *Critica rațiunii practice*, ed. cit., „Legea morală e sfântă (inviolabilă). Omul este în adevăr destul de profan, dar umanitatea din persoana lui trebuie să-i fie sfântă. În întreaga creație, tot ce vrem și asupra căruia avem vreo putere, poate fi folosit și numai ca mijloc; numai omul și, împreună cu el, orice creatură rațională este scop în sine”, p. 176.

¹² William H. Shaw and Vincent Barry, *ed. cit.*, p. 71.

¹³ *Idem*, p. 72.

¹⁴ *Idem*, p. 71.

¹⁵ În fond, ultima treaptă (a șasea) a lui Kohlberg este sinonimă eticii kantiene.

¹⁶ vezi în acest sens, cartea lui Valentin Mureșan, *Utilitarismul lui Mill*.

¹⁷ Redăm aceste critici așa cum sunt ele formulate în William H. Shaw and Vincent Barry, *ed. cit.*, p. 72-73.

¹⁸ Iată un exemplu specific eticii afacerilor dat de Kant în *Întemeierea metafizicii moravurilor*, „...este desigur conform datoriei că băcanul să nu-i ceară clientului său neexperimentat prețuri prea mari, și acolo unde afacerile sunt intense (s.n.), negustorul deștept nici nu face, ci are un preț fix general pentru oricine, așa că un copil cumpără de la el tot atât de bine ca oricare alt client. Toată lumea este deci servită *cinstit*. Dar aceasta nu este nici pe departe suficient pentru a crede că negustorul a procedat din datorie și din principii de onestitate; interesul său a cerut-o; nu se poate presupune însă aici că el ar mai avea și o înclinație nemijlocită față de clienți, pentru a nu prefera așa – zicând din dragoste pe nici unul față de altul la fixarea prețului. Deci acțiunea nu a fost săvârșită nici din datorie, nici din înclinație nemijlocită, ci numai din calcul egoist”. *ed. cit.*, p. 15.

¹⁹ William H. Shaw and Vincent Barry, *ed. cit.*, p. 72.

²⁰ *Idem*.

²¹ *Idem*.

²² *Idem*, p. 72-73.

²³ *Idem*, p. 74. Vezi nota 2.

²⁴ Vezi Nicolae Bellu, *Postfață la Întemeierea metafizicii moravurilor. Critica rațiunii practice*, *ed. cit.*, p. 291.

Anexa 2

Natura deciziilor etice în management

Redăm în această Anexă, principalele idei lansate de La Rue Tone Hosmer, în cartea sa *The Ethics of Management* despre dimensiunea etică a deciziilor din management.

Firmele de afaceri trebuie să țină seama de cel puțin două coordonate. Ele trebuie să funcționeze *profitabil* fiindcă astfel nu vor supraviețui pe termen lung. Acestea sunt realizările *economice*. De asemenea, firmele trebuie să recunoască *obligățiile* pe care le au față de angajați, clienți, furnizori, distribuitori, acționari și societate, în general. Acestea sunt cunoscute ca fiind realizările *sociale* ale firmei¹. Problema și esența dilemei etice din management constă în aceea că, uneori, cele două dimensiuni sunt în relație conflictuală. Astfel, îmbunătățirile pe plan economic, creșteri ale vânzărilor sau reduceri de costuri, pot fi făcute doar pe socoteala unuia sau mai multor grupuri față de care organizația are un fel sau altul de obligații. De asemenea, economiile care urmează unei fuziuni pot fi făcute doar dacă angajații în surplus sunt concediați sau redistribuiți. Decizia în astfel de cazuri trebuie să găsească un *echilibru* între realizările economice și cele sociale, iar acesta va fi calificat ca *drept, convenit, corect*. Există, în ultimă instanță trei forme de analiză, trei moduri de a gândi în legătură cu această dilemă și cu felul de-a ajunge la *echilibru*: a) *economică*; b) *juridică*; c) *etico-filosofică*². Analiza *economică* se bazează pe forțele impersonale ale pieței. Convingerea subiacentă este că un manager trebuie să acționeze întotdeauna pentru a maximiza profitul și pentru a micșora costurile. Se subînțelege că, această

strategie, pe termen lung, va produce cele mai mari beneficii materiale societății și că acele beneficii pot fi distribuite, în mod echitabil, prin mijloace politice, nu economice. Analiza economică este un suport pentru viitoare abordări ale conflictelor etice; în mod cert, este util și necesar să fie cunoscute rezultatele financiare și costurile, dar mai este nevoie, în continuare de încă ceva. Este vorba de analiza *juridică*. Aceasta se bazează pe procese sociale și politice impersonale. Convingerea implicată – arată La Rue Tone Hosmer – este aceea că un manager ar trebui să acționeze întotdeauna încât să se supună legii, pentru că legea, într-o democrație, reprezintă judecată morală colectivă a membrilor societății. În același timp însă, cunoașterea caracterului legal al unei situații ajută foarte mult decizia dar nu încă definitiv și complet. Acest lucru încearcă să-l facă analiza *etico-filosofică* adică cea bazată pe procesele de gândire, de raționare morală asupra situațiilor de afaceri. Punctul acesta de vedere afirmă că un manager ar trebui să acționeze întotdeauna în concordanță ori cu un principiu unic de comportare, ori cu o unică convingere a ceea ce este, „drept”, „cuvenit”, „corect”. În genere, raționamentul moral implică ideea că trebuie să se plece de la un principiu sau convingere pentru a se ajunge apoi la o decizie în legătură cu îndatoririle pe care le avem față de alții.

În esență este vorba de echilibrul realizat prin intermediul celor trei metode de analiză. Astfel, este posibil, pe de o parte, să privim multe probleme ivite în afaceri ca având un neîndoielnic caracter moral din perspectiva teoriei microeconomice. Aceasta implică luarea în considerație a forțelor impersonale ale pieței. Tipul de abordare specific sună astfel: reducerile de forță de muncă și închiderea de fabrici sunt neplăcute, bineînțeles, pentru muncitorii care-și pierd slujbele, dar există o piață a muncii, iar acești muncitori vor fi angajați din nou dacă sunt dispuși să-și potrivească cererile salariale cu condițiile pieței. Convingerea fundamentală asociată acestei perspective este că o economie de

piață are un număr limitat de resurse și că atunci când consumatorilor li se oferă bunuri de cea mai înaltă calitate la cele mai mici costuri posibile, înseamnă că acele resurse sunt folosite cât se poate de eficient. De asemenea, pe de altă parte, este posibil să privim fiecare dintre aceste probleme – care au un conținut de natură etică – folosind cadrul unei teorii juridice, a unei instanțe *imparțiale* care să delimiteze între ceea ce e just și ceea ce este injust. Într-o asemenea abordare, raționamentul în formă concisă este de forma următoare: reducerile de forță de muncă și închiderea de fabrici sunt dezagreabile, dar, societatea nu a considerat niciodată că sunt atât de dăunătoare oamenilor implicați încât să fie nevoie de o lege care să le interzică. În caz că devine o problemă majoră, poate fi adoptată o lege care să reglementeze situația. În același timp, micii distribuitori care vor fi înlocuiți vor avea neplăceri, fără îndoială, dar poate că au contractul prin care au prestat acele servicii și atunci pot acționa în justiție, iar dacă vor câștiga, nu vor fi înlocuiți. Convingerea puternică de la baza acestui tip de analiză este că o societate democratică poate stabili propriile ei reguli și, că, dacă oamenii și organizațiile urmează aceste reguli, atunci înseamnă că membrii acelei societăți vor fi tratați cât se poate de just. În fine, este posibil ca fiecare dintre aceste probleme care au un conținut moral să fie interpretate prin apel la structura și argumentația filosofiei normative. Aceasta se bazează pe ideea că există principii simple pentru a face alegerea între bine și rău. În cazul amintit, reducerile de forță de muncă și închiderea de fabrici, din această perspectivă de raționare, sunt evenimente neplăcute, dar se pot estima două lucruri ca bază pentru decizii: a) care este cel mai mare bine pentru cel mai mare număr de oameni, sau b) a gândi o regulă valabilă în mod universal și necesar pentru orice ființă rațională. Este vorba, evident, de o analiză de tip utilitarist în primul caz și de una deontologică, kantiană, în cel de-al doilea.

Oricum, notează autorul cărții rezumate de noi, dilemele etice ivite prin deciziile manageriale nu pot nesocoti nici componenta legală și nici cea strict economică. Într-o societate democratică a domniei legii și în care funcționează piața liberă, dilemele etice primesc conținut din ambele direcții. Orice privire unilaterală însă, tinde, să privilegieze când punctul de vedere legal, în termeni de obligații, drepturi și datorii, când perspectiva economică, în termeni de câștig, profit și eficiență. Atunci când sunt aduse în prim plan considerentele legale (legile fiind reguli formale neschimbătoare, anunțate în prealabil, reguli imparțiale, care nu țin seama de dorințele și nevoile unor anumiți oameni, ci interesul general al societății) întrebarea care se pune este aceea dacă, nu cumva, simpla recurgere la aceste reguli va fi de natură să rezolve conflictele dintre realizările economice ale unei organizații și realizările sociale ale acelei organizații. O asemenea abordare, după cum s-a arătat, tinde să evidențieze, în mod explicit anumite „imperfecțiuni” ale analizei micro-economice³, adică să accentueze judecăți de tipul : 1. Factorul piață, în practică, este de puține ori, cu adevărat liber, cu excepția celei pentru bunuri de larg consum, deoarece majoritatea au tendința de a fi dominate de către mari corporații sau de către indivizi bogați, care mai degrabă determină prețurile decât reacționează la acestea; 2. Factorul piață, în contexte reale, nu este automat eficient, (tot cu excepția producției și distribuției de bunuri de larg consum), deoarece întreaga gamă de alternative de tarife de risc și de mărime a costurilor nu este cunoscută, în genere, de către toți participanții; 3. Factorul piață, este de puține ori complet eficace, și aceasta este adevărat, în special, pentru piața de capital, deoarece este greu să calculezi cu precizie riscurile și costurile pentru diferite companii din diferite ramuri economice, în diferite perioade de timp. Aceasta pe de o parte, iar pe de altă parte, există și argumentul contrar, conform căruia se pot atinge echilibre între realizările economice și cele sociale luând în considerație doar factori financiari și folosind doar

criterii economice. Simplificat acest argument este reductibil la forma: forțele pieței duc inevitabil la beneficii sociale maxime cu costuri sociale minime (optimizarea Pareto) iar acele beneficii pot fi apoi împărțite echitabil printr-un proces, printr-o decizie politică⁴. La Rue Tone Hosmer consideră că acest din urmă argument nu poate rezista din punctul de vedere al unei etici cuprinzătoare a afacerilor. Tocmai de aceea, propune ca *echilibrul* între componentele economice, cele sociale și cele morale să țină seama de principiul domniei legii și, mai specific, să țină cont de lege ca ghid în alegerea morală și de lege ca îmbinare de judecăți morale. În acest caz întrebarea care se pune este aceasta: dacă legea este un set de reguli, stabilite de societate, pentru a îndruma comportarea din interiorul acelei societăți, atunci de ce să nu se recurgă la aceste reguli când se întâlnesc conflicte între realizările economice și cele sociale ale unei firme? De ce să nu fie lăsată legea să decidă, în special într-o societate democratică, în care se poate ușor argumenta că regulile legale reprezintă judecăți morale colective ale membrilor societății? Mai mult, de ce să nu fie urmate aceste judecăți morale colective în loc de-a încerca să fie impuse opiniile morale individuale? În fond, există într-adevăr exemple de legi care reflectă, în ultimă instanță, judecăți morale colective. Astfel, aproape toate persoanele din România ar fi de acord că actele de violență neprovocate sunt nedrepte și imorale. Totodată, există legi împotriva acestor acte. De asemenea, aproape toată lumea ar fi de acord că deversarea de substanțe chimice toxice este rea și că există și se impun legi împotriva poluării. În aceeași ordine de idei, aproape toată lumea este de acord că donațiile caritabile sunt juste și poate că tocmai de aceea nu există legi împotriva donațiilor caritabile. Mai mult, sunt legi – prevederi în legea impozitelor – care încurajează donarea de bani, mâncare și îmbrăcăminte săracilor și organizațiilor care se ocupă cu ajutorarea săracilor. Întrebarea care se pune, din perspectiva eticii afacerilor și a eticii manageriale este dacă acest set de reguli – de multe ori

complex, câteodată învechit și în continuă schimbare poate fi un temei întotdeauna sigur, necontroversat, pentru a lua deciziile „cuenite”, „juste”, „drepte”, „morale” atunci când trebuie să se aleagă între câștigurile *noastre* economice și obligațiile *noastre* sociale. Răspunsul este parțial afirmativ la această interogație. Astfel, susținătorii Domniei Legii, adică ai primatului normelor legale în orice alegere socială sau economică, vor admite, în mod normal, că îmbinarea judecăților morale, reprezentată de lege, formează o mulțime minimă de norme. Acestea sunt regulile fundamentale de conviețuire într-o societate, fără a încălca drepturile celorlalți. „Dacă nu vrei să ții seama de regulile fundamentale ale legii în propriile voastre decizii și acțiuni”, vor spune ei „nu avem nici o obiecție”. Însă – vor adăuga – „nu ne cereți să nu ținem seama de lege, pentru că atunci ne forțați să aderăm la normele voastre morale nu acelea ale majorității oamenilor. Trăim într-o democrație, prin urmare, dacă nu va place un lucru pe care îl facem noi, strângeți o majoritate de voturi și adoptați o lege care ne îngrădește acele acțiuni și noi vom asculta acea lege. Până atunci, însă, normele noastre morale sunt la fel de justificate ca și ale voastre, iar ale noastre cu sprijinul majorității populației, așa că vă rugăm să nu ne țineți lecții despre viziunile voastre asupra ceea ce este drept sau nedrept, cuvenit sau necuvenit, corect sau incorect”.

Oricum, pentru a vedea dacă Domnia Legii este decisivă în înțelegerea și rezolvarea dilemelor etice de acest tip este necesar să fie definită *legea*. Or, arată La Rue Tone Hosmer, în sensul cel mai general, legea poate fi definită ca fiind o mulțime consistentă de reguli universale, care sunt publicate, sunt general acceptate, și, de obicei sunt impuse. Aceste reguli descriu modurile în care li se cere oamenilor să acționeze în relațiile lor cu ceilalți, în interiorul unei societăți. Ele sunt cerute de a acționa într-un anumit mod, ele nu sunt doar așteptări sau sugestii sau cereri de a acționa în acel mod; legea cere și impune cu insistență ce *trebuie*

făcut. Caracteristica *consistenței* ca parte constitutivă aferentă legii se referă la faptul că, dacă două cerințe se contrazic reciproc, împreună ele nu pot fi numite o lege, deoarece oamenii nu se pot supune ambelor. De asemenea, cerințele de a acționa sau de a nu acționa trebuie să fie *universale*, adică trebuie să fie aplicabile tuturor celor care au caracteristici similare și care se confruntă cu o aceeași mulțime de circumstanțe, pentru ca acestea să poată fi considerată ca parte a unei legi. Oamenii au tendințe de a nu se supune acelor reguli despre care cred că li se aplică doar lor, nu și altora. În același timp o altă caracteristică, a legii este că aceasta să fie *publicată*, să apară în formă scrisă, astfel încât ea să fie accesibilă oricui în societate. Totodată, necunoașterea legii, nu poate fi invocată ca scuză plauzibilă pentru nerespectarea ei. De asemenea, cerințele de acționa sau de nu acționa într-un anume mod trebuie să fie *general respectate*. Mai mult, dacă oamenii nu se supun din proprie voință prescripțiilor legii, li se *impune* aceasta, ceea ce reprezintă o altă caracteristică *esențială* și definitorie a legii. Oamenii trebuie să înțeleagă că, dacă nu se supun legii și dacă această nesupunere este observată și poate fi dovedită, atunci ei vor suferi o pierdere de timp, de confort, de bani, o limitare de libertăți sau chiar o pierdere a vieții. Există o aură de insistență în jurul legii; există, de asemenea, sau ar trebui să existe o aură de *inevitabilitate*; aceasta definește ce se va întâmpla dacă nu sunt ascultate regulile. În fine, această mulțime de reguli (*consistente, universale, publicate, acceptate și impuse*), adică de ceea ce se numește lege, este sprijinită de o rețea de instituții sociale foarte specializate: corpul legislativ, cel judiciar, avocați și notari pentru a explica legea, poliția, pentru a o impune etc. Aceste instituții sociale schimbă de multe ori părerea oamenilor despre lege, deoarece este evident că instituțiile nu sunt perfecte și cu atât mai puțin oamenii aparținând acestora. Astfel relațiile de adversitate din instanța de judecată par să ignore deseori, prevederile *consistenței* și *universalității* și să se

concentreze mai mult pe *câștigarea* procesului decât pe *ideea de justiție*. De asemenea, acțiunile de impunere a legii, de exemplu, de către poliție sau de către Curtea de Conturi, par să fie uneori arbitrar și să se concentreze pe menținerea ordinii mai degrabă decât pe judecată dreaptă, echitabilă și imparțială. În acest context al eticii afacerilor, trebuie să admitem faptul că *aplicarea* legii este o sarcină dificilă și uneori, în cazurile de corupție, periculoasă. De altminteri, trebuie admis, iarăși, că *interpretarea* legii – în cadrul proceselor vizând sfera afacerilor și a gestiunii eficiente a acestora – implică hotărâri judecătorești asupra unor mari surse de bani și că, pierderea sau câștigarea acelor surse – cu avocați de ambele părți plătiți cu un procent substanțial din acea pierdere sau acel câștig – a deformat conceptul de lege ca mulțime de reguli publicate și acceptate, valabile în mod egal pentru toți, impuse, fără excepții și, în mod cu totul nepărtinitor. Rezultă, prin urmare, faptul că, numai o privire adâncită aruncată asupra relațiilor dintre *lege* și *normele morale* poate aduce lămuriri mai semnificative asupra modului în care pot fi decise dilemele în afaceri și în managementul acestora. Or, este cert, că dacă sunt luate în considerare relațiile posibile dintre normele și judecățile morale, pe de o parte, și cerințele legale, pe de altă parte, atunci se impun a fi trase cel puțin trei concluzii.

Prima dintre ele este aceea că prescripțiile legii se suprapun pe o întindere considerabilă celor morale, dar ele nu dublează numai normele morale în mod simplu. Astfel, în mod clar, o persoană care încalcă o lege împotriva jefuirii băncilor, încalcă, de asemenea, și norma morală ce respinge hoția. Și, în aceeași ordine de idei, este ușor de arătat că legile ce guvernează comportarea sexuală, utilizarea de narcotice, garanția produselor și respectarea contractului sunt similare convingerilor morale pe care le au, probabil, majoritatea oamenilor. Dar aria de suprapunere nu este totuși completă. Există, se știe, unele legi care sunt inerte moral, care n-au nici un conținut moral, cum ar fi

de pildă, cerința de a conduce mașinile pe partea dreaptă a drumului. Există, de asemenea, unele norme morale care nu au nici o acoperire juridică. Astfel, obiectăm cu toții împotriva minciunii, dar *veridicitatea* nu este cerută de lege decât la tribunal, sub jurământ („Jur să spun adevărul și numai adevărul”) și, în alte câteva cazuri particulare, cum ar fi contractele de angajare și vânzările imobiliare.

A doua concluzie: cerințele legii au tendința să fie negative, în timp ce normele sunt deseori pozitive. Conform legii, ne este interzis să agresăm, să jefuim sau să ne injuriem unii pe alții, dar nu suntem obligați, în sens juridic, să ajutăm oamenii, chiar în situații extreme. Nu există o lege, de pildă, care să prescrie că trebuie să salvăm un copil de la înec. În acest caz, avem de-a face cu o situație în care putem deduce normele morale ale majorității, deoarece neîndoielnic, 99,99% din populația matură a României ar pretinde că ar încerca să salveze un copil de la înec. Cei care sprijină Domnia Legii vor conchide, în acest caz că, este încă o ilustrare a faptului că legea reprezintă o mulțime minimă de norme necesare reglementării comportării în societate și că acțiunile în afara acestui minim trebuie să vină din partea unei inițiative individuale, nu din partea forței legii.

A treia concluzie: cerințele legii tind să rămână în urma normelor morale evidente ale societății. În acest sens, exemplul cel mai detestabil este sclavia sau discriminările sexuale și rasiale (poluarea mediului și mituirea pot fi enumerate și ele ca probleme morale care au fost remediate tardiv de către legislație). Susținătorii Domniei Legii ar spune, însă, că evidenta întârziere dintre aparentul consens moral și aplicarea sancțiunilor legale, nu indică, în mod necesar, o lipsă a legăturii dintre cerințele legale și normele morale. Argumentul lor ar suna astfel: este vorba de faptul că avem de a face cu o confirmare a acestei legături, pentru că, până la urmă, legile care interzic poluarea, discriminarea și mituirea, au fost adoptate plecând de la un temei etic.

NOTE:

¹ La Rue Tone Hosmer, *The Ethics of Management*, Irwin Illinois, 1987, p. 8.

² Autorul citat notează în „Introducere” că examinează „trei mijloace alternative de a ajunge la o decizie, atunci când întâlnim un conflict etic: 1. *analiza economică*, bazată pe forțele impersonale ale pieței; 2. *analiza legală*, bazată pe forțele sociale impersonale; 3. *analiza etică*, întemeiată pe valori morale personale”.

³ La Rue Tone Hosmer afirmă că aceste tipuri de judecăți în cap. 3, dedicat „eticii manageriale și domniei legii”.

⁴ Această idee este susținută în același cap. 3, în paragraful „Legea ca îmbinare de judecăți morale”.

Anexa 3

Dileme etice pentru companiile multinaționale

Dilemele moral în sfera afacerilor sunt extinse la scară mult mai largă odată cu procesul de globalizare. Corporațiile actuale sunt tot mai mult și mai des multinaționale în activitatea lor. Acest aspect a stârnit controverse despre efectele (consecințele) acestor activități asupra oamenilor din alte țări ca și despre responsabilităților multinaționale ale acestor corporații. În orice caz, după expresia lui Richard T. De George¹, corporațiile multi și transnaționale sunt, în aceeași măsură „speranța lumii a treia dar și biciul acesteia”. Încercarea de rezolvare a acestui paradox pune dileme morale multor C.M.N-uri. Iată câteva dintre ele. Pe de o parte țările lumii a treia caută să atragă companiile multinaționale pentru locurile de muncă și pentru transferul tehnologic, dar, pe de altă parte, în momentul în care C.M.N.-urile își deschid filiale în acele țări, ele sunt condamnate pentru că ar exploata resursele și muncitorii lumii a treia. Deci C.M.N. sunt și un mijloc de ameliorare a condițiilor de viață pentru țările nedezvoltate, dar, în același timp, ele sunt și acuzate pentru sărăcia și foametea de care suferă acele țări. Totodată, deși C.M.N. asigură locuri de muncă ele sunt criticate că nu fac decât să transfere aceste locuri din țările dezvoltate. De asemenea, dacă C.M.N. plătesc cel puțin salarii egale cu ale corporațiilor și firmelor de afaceri locale ele sunt criticate că plătesc pe muncitori mult mai prost decât pe muncitorii din țările dezvoltate și care efectuează munci comparabile. Pe de altă parte, dacă C.M.N. plătesc salarii mai mari decât cele locale atunci companiile locale le critică pentru că le-ar lua toți muncitorii buni și că atrag persoanele superior calificate.

Ceea ce se poate afirma în acest context este faptul că nu toate cererile care duc la aceste dileme sunt la fel de justificabile și nici nu sunt toate îndreptățite din punct de vedere moral. Se pot separa C.M.N.-urile care se comportă imoral de acelea care nu se comportă astfel clarificând adevăratele responsabilități morale ale acestora în lumea subdezvoltată economic și social. Pentru a produce această clarificare importante sunt după Richard T. De George, cel puțin următoarele teze:

Teza întâi. Multe dintre dilemele morale pe care C.M.N.-urile le au de înfruntat sunt, în fapt, false dileme care pornesc de la egalizarea, echilibrarea standardelor din țară cea mai dezvoltată (SUA) cu standardele moral necesare.

Teza a doua. În ciuda diferențelor dintre țări există norme morale care pot fi aplicate C.M.N. Astfel, sunt propuse șapte aspecte directe care se aplică în general, la orice C.M.N. care lucrează în țările subdezvoltate și care pot fi folosite în evaluarea morală a activității C.M.N.-urile. Acelea dintre ele care respectă aceste norme morale evită critica legitimă conținută în dilemele cu care spun că se confruntă: a) C.M.N.-urile nu trebuie să producă intenționat daune morale; b) C.M.N.-urile trebuie să producă mai mult bine decât rău pentru țara gazdă (este vorba de implementarea unui principiu general utilitarist); c) C.M.N.-urile trebuie să contribuie prin activitățile lor la dezvoltarea țării gazdă; d) C.M.N.-urile trebuie să respecte drepturile fundamentale (negative și pozitive) ale omului pentru toți angajații lor chiar dacă firmele locale nu respectă aceste drepturi (în acest mod se evită exploatarea muncitorilor, există norme minime de plată și măsuri pentru menținerea sănătății și securității muncii); e) C.M.N.-urile trebuie să-și plătească taxele legale; f) în măsura în care cultura locală nu încalcă normele morale universale, C.M.N.-urile trebuie să respecte cultura locală și să colaboreze cu ea; g) C.M.N.-urile trebuie să coopereze cu guvernul local în dezvoltarea și întărirea instituțiilor fundamentale.

Teza a treia: Atacurile asupra C.M.N-urile sunt deseori simple generalizări, iar evaluări morale valide pot fi realizate utilizând criterii de ordin moral precum cele de mai sus (a–g).

Teza a patra: la nivel internațional și multinațional, în multe țări subdezvoltate lipsa unor instituții fundamentale face ca aplicarea unor norme morale clare să fie extrem de necesară.

Teza a cincea: răspunderea morală a C.M.N-urilor nu exonerează guvernele locale de responsabilitatea acestora pentru ceea ce se întâmplă în țara lor. Astfel, dacă responsabilitatea este legată de proprietate, guvernele care insistă pe proprietate parțială sau majoritară își atrag responsabilitatea echivalentă. În același context, oricine are „drept de control trebuie să accepte responsabilități echivalente”. Astfel, de pildă, Union Carbide, companie multinațională americană care a deținut majoritatea acțiunilor la fabrica din Bhopal (India) unde s-a produs în 1986 o catastrofă umanitară și ecologică, a avut de la început controlul asupra fabricii, și-n acest caz, Union Carbide, poate fi considerată responsabilă pentru pierderile și daunele provocate. Dacă guvernul indian sau o altă corporație ar fi avut majoritatea acțiunilor, atunci, ar fi avut o parte corespunzătoare de responsabilitate. Se înțelege, astfel, că, orice companie care construiește o uzină cu grad crescut de risc (chimică, biologică, nucleară) are obligația să se asigure că fabrica funcționează corect, fără daune imediate sau în perspectivă și, că, cei care o conduc au competența necesară.

NOTE:

¹ Richard T. De George, *Ethical Dilemmas for Multinational Enterprise: A Philosophical Overview*, apud. William H. Shaw and Vincent Barry, *Moral Issue in Business*, Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, 1992, pp. 249-252. Același autor face trimiteri la propria lui carte *Business Ethics*, New York: Mocomollan, 1986, pp. 363-367, precum și l Theodore H. Morau, *Multinational Corporations: A Survey of Ten Years' Evidence*, Georgetown School of Foreign Service, 1984.

BIBLIOGRAFIE

- Ackerman, R.W., *The Social challenge to Business*, Cambridge Mass., Harvard University Press, 1976
- Angèle, Kremer-Marietti, *L'Éthique*, PUF, Paris, Que sais-je? no 2383
- Apel, Karl-Otto, *L'éthique à l'âge de la science*, Presses Universitaires de Lille, 1987
- Arendt, H. *La responsabilité collective, politiques et pensée*, Colloque Hannah Arendt, Paris, Payot, coll. «Petite bibliothèque», 1996
- Aristotel, *Etica nicomahică*, trad. rom. Stella Petecel, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1988
- Ballet, J. et de Bry F., «Un profit éthique ou une éthique du profit», *Entreprise éthique*, n° 9, octobre, 1998, p. 75-82
- Ballet, J., «Altruisme sacrificiel et altruisme rationnel», in Mahieu F.R. et Rapaport H. (éd.) *Altruisme, analyses économiques*, Paris, Economica, 1998, p. 190-209
- Ballet, Jérôme et Françoise de Bry, *L'entreprise et l'éthique*, Editions du Seuil, Paris, 2001
- Barber, R. Benjamin, *Jihad vs. McWorld. (Războiul sfânt contra globalizării)*, editura Incitatus, București, 2002
- Barbu, Daniel, *Șapte teme de politică românească*, Editura Antet, 1997
- Barbu, Daniel, *Republica absentă*, Editura Nemira, București, 1999
- Barbu, Daniel, *Politica pentru barbari*, Ed. Nemira, București, 2005
- Barry, Norman, *Business Ethics*, MacMillan, UK, 1998
- Baudrillard, Jean, *The Consumer Society*, Sage, London, 1997
- Bauman, Zygmunt, *Etica postmodernă*, trad. rom. Doina Lică, Amarcord, Timișoara, 2000

- Bauman, Zygmunt, *Globalizarea și efectele ei sociale*, trad. rom. Marius Conceatu, Antet, București, 2004
- Baumol, W.J., *Perfect Markets and Easy Virtue: Business Ethics and the Invisible Hand*, Cambridge Mass., Blackwell, 1990
- Beauchamp, T. L. & Bowie, N. E., eds., *Ethical Theory and Business*, 5th ed., Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ, 1997
- Beauvois J.L. et Joule R.V., *Petit traité de la manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 2000
- Bellu, Niculae, *Etica lui Kant*, Editura Științifică, București, 1974
- Bellu, Niculae, *Morala în existența umană*, Editura Științifică, București, 1989
- Bellu, Niculae, *Sensul eticului și viața morală*, Editura Paideia, București, 1999
- Benedict, Ruth, *Patterns of Culture*, Houghton Mifflin, Boston, 1989
- Bentham, Jeremy, *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*, [fragm.] în Cahn & Markie, 1998, pp. 319-343
- Bernard, Jean, *De la biologie à l'éthique. Nouveaux pouvoirs de la science, nouveaux devoirs de l'homme*, Buchet-Chastel, 1990
- Biriș, Ioan, *Valorile dreptului și logica intențională*, Ed. Servo-Sat, Arad, 1996
- Blackburn, Simon, *Ruling Passions. A Theory of Practical Reasoning*, Clarendon Press, Oxford, 1998
- Boari, Vasile, *Corupția politică și efectele ei*, în: Adrian Paul Iliescu, *Mentalități și instituții*, Ed. Ars Docendi, București, 2002, pp. 141-156
- Boatright, J. R., *Ethics and the Conduct of Business*, 3rd ed., Prentice Hall, Upper Saddle River, NJ, 2000
- Brâncoveanu, Romulus, *Ultimele zile ale societății civile*, în: *Sfera politicii*. Nr. 87-88, anul IX, 2001
- Brandt, Richard B., *Facts, Values, and Morality*, Cambridge University Press, 1996

- Brătianu, Constantin, *Management strategic*, Editura Universitaria, Craiova, 2006
- Brown, Phillip & Lauder, Hugh, *Capitalism and Social Progress*, Palgrave, New York, 2001
- Brucan, Silviu, *Stâlpii noii puteri în România*, Editura Nemira, București, 1996
- Burciu, Aurel, *Management comparat*, Ed. Didactică și Pedagogică R.A., București, 2004,
- Cahn, Steven M., & Markie, Peter, *Ethics. History, Theory, and Contemporary Issues*, Oxford University Press, 1998
- Calciu, Radadiana, *Etica afacerilor în România post-decembristă*, (teză de doctorat) București, 2003
- Campagne, Christian de la, *Istoria filosofiei în secolul XX*, Ed. Babel, București, 1998
- Canto-Sperber, Monique (Ed.), *Dictionnaire d'éthique et de philosophie morale*, PUF, Paris, 1996
- Caputo, John D., *Against Ethics*, Indiana University Press, Bloomington and Indianapolis, 1993
- Caras, Peter (ed), *The Causes of Quarrel. Essays of Peace, Warr and Thomas Hobbes*, Beacon Press, Boston, 1988
- Carré, E., «Bilan après une décennie de vague éthique», *Éthique des affaires*, septembre, p. 71-78, 1998
- Carroll, A. B., Buchholtz, A. K., *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, 4th ed., South-Western College, Cincinnati, 2000
- Cătineanu, Tudor, *Elemente de etică*, vol. I, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1982
- Ceașu, Gheorghe. *Omul și valorile – fenomenologia aroganței*, Editura Viitorul Românesc, București, 2004
- Cenival (de) L., *Commerce equitable: citoyenneté d'entreprise et des consommateurs*, Paris, Sologral, 1998
- Centre des jeunes dirigeants, *Entreprise citoyenne*, Cellules d'ouverture, décembre, CJD-1991

- Centre des jeunes dirigeants, *L'Entreprise au XXI^e siècle: lettre ouverte aux dirigeants pour réconcilier l'entreprise et la société*, Paris, Flammarion, CJD-1996
- Centre des jeunes dirigeants, *Pour l'entreprise, l'homme est capital*, Paris, Vetter Editions, CJD-1998
- Churchil, Paul R., *Hobbes and the assumption of Power*, in: *The Causes of Quarrel*
- Cialdini, Robert B., *Psihologia persuasiunii*, trad. rom. Mihaela Budui, BusinessTech International Press, București, 2004
- Ciucurel, Mihaela, Manuela, *Planificarea resurselor manageriale*, Editura Universitaria, Craiova, 2005
- Cohen, A., *Talmudul*, Ed. Hasefer, București, 2001 (tr. C. Litman)
- Comte-Sponville, André, *Petit traité des grandes vertus*, Presses Universitaires de France, 1995 (Editura rom. tr. Dan Radu Stănescu, Bogdan Udrea și Corina Hădăreanu, *Mic tratat al marilor virtuți*, prefată de Vasile Morar, Editura Univers, București, 1998)
- Constantinescu, Mihaela, *Forme în mișcare. Postmodernismul*, Editura Univers Enciclopedic, București, 1999
- Cowton, Christopher & Crisp, Roger, editors, *Business Ethics. Perspectives on the Practice of Theory*, Oxford University Press, 1998
- Cozma, Carmen, *Introducere în aretologie. Mic tratat de etică*, Editura Universității, Al. I. Cuza, Iași, 2001
- Crane, Andrew & Matten, Dirk, *Business Ethics. A European Perspective*, Oxford University Press, 2004
- Crăciun, Dan, *Etica în afaceri, o scurtă introducere*, Editura ASE, București, 2005
- Crăciun, Dan; Vasile, Morar; Vasile Macoviciuc, *Etica afacerilor*, Editura Paideia, București, 2005
- Dăianu, Daniel, *Transformarea ca proces real, de la comandă la piață*, Editura I.R.L.I., București, 1996
- De George, R.T., *Business Ethics*, 3rd ed, Macmillan, New York, 1990

- Des Jardins, J. R. & Duska, R., *Drug Testing in Employment*, în Beauchamp & Bowie, eds., „Ethical Theory and Business“, 1997
- Domenach, Jean-Marie, *La responsabilité. Essai sur le fondement du civisme*, Hatier, Paris, 1994
- Donaldson, Thomas, *Corporations and Morality*, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1982
- Donaldson, John, *Key Issues in Business Ethics*, Academic Press, New York, 1989
- Donaldson, Thomas, *The Ethics of International Business*, Oxford University Press, 1989
- Dumitru, Mircea, *Există drepturi individuale ca drepturi naturale?*. În: Adrian Paul Iliescu, *Mentalități și instituții*, Ed. Ars Docendi, București, 2002, pp. 301-318
- Durand, Guy, *La Bioéthique (nature, principes, enjeux)*, Les Éditions du Cerf, 1989
- Eliade, Mircea, *Oceanografie*, Humanitas, București, 1991
- Elkington, John, *Cannibals with Forks. The Triple Bottom Line of 21st Century Business*, New Society Publishers, Gabriola Island BC, Canada and Stony Creek, CT, USA, 1998
- Elster, Jon, *Rational choice*, New York University Press, 1986
- Enăchescu, Constantin, *Tratat de psihologie morală*, Editura Tehnică, București, 2002
- Entreprise éthique, «Chartes déontologiques», numéro spécial, n° 13, octobre 2000
- Epstein, Isidor, *Iudaismul*, Editura Hasefer, București, 2001, (tr. Ticu Goldstein)
- Etchegoyen, A., *La valse des éthiques*, Paris, Bourin, 1990
- Even-Granboulan G., *Éthique et Économie*, paris, L'Harmattan, 1998
- Florian, Alexandru, *Modele politice ale tranziției*, Editura GEEA, București, 2004
- Florian, Mircea, *Filosofie generală*, Garamond Internațional, București, 1995

- Florian, Radu, *Controverse ale secolului XX*, Editura Diogene, București, 1997
- Foot, Philippa, *Natural Goodness*, Clarendon Press, Oxford, 2001
- François, Jullien, *Fonder le morale*, Grasset, Paris, 1995
- François, Jullien, *Traité de l'efficacité*, Grasset, Paris, 1996
- Frankena, William K., *Ethics*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1973
- Frédéric Lenoir, *Le temps de la responsabilité*, Fayard, 1991
- Freeman, R. E., *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Pitman, Boston, 1984
- Friedman, Milton, *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago, 1962
- Friedman, Milton, *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*, New York Times, Sept. 13th, 1970
- Friedman, Milton & Friedman, Rose, *Liber să alegi. Un punct de vedere personal*, trad. rom. Petre Mazilu, Editura All, București, 1998
- Friedman, Thomas L., *Lexus și măslinul*, trad. rom. Adela Motoc, Editura Fundației Pro, București, 2001
- Fukuyama, Francis, *Sfârșitul istoriei și ultimul om*, trad. rom. Mihaela Eftimiu, Paideia, București, 1997
- Fukuyama, Francis (f. a.), *Trust. Virtuțile sociale și crearea prosperității*, trad. rom. Marius Conceatu, Antet, București
- Fukuyama, Francis, *Marea ruptură. Natura umană și refacerea ordinii sociale*, trad. rom. Liana V. Alecu, Humanitas, București, 2002
- Fukuyama, Francis, *Viitorul nostru postuman. Consecințele revoluției biotehnologice*, trad. rom. Mara Rădulescu, Humanitas, București, 2004
- Galbraith, John Kenneth, *The Affluent Society*, Houghton Mifflin, New York, 1958
- Gardels, Nathan, (f. a.) *Schimbarea ordinii globale văzută de marii lideri ai lumii*, trad. rom. Marius Conceatu, Editura Antet, București

- Gélinier O., *L'Éthique des affaires, halte à la dérive*, Paris, Le Seuil, 1991
- George Soros, *Le Défi de l'argent*, paris, Plou, 1995
- Georgescu, Matei, *Introducere în consolidarea pedagogică*, E.F.R.M. București, 2004
- Gilligan, Carol, *In a Different Voice: Psychological Theory and Women's Development*, Cambridge Mass: Harvard University Press, 1982
- Goodpaster, Kenneth E., *Note on the Corporation as a Moral Environment*, în „Ethics and Practice: Managing the Moral Corporation“, eds. K. Andrews & D. David, Harvard Business School Press, Boston, 1989
- Gorun, Adrian, *Teorie politică*, Presa Universitară, Clujeană, f.s.
- Gowans, Christopher W., *Moral Dilemmas*, Oxford University Press, New York, 1987
- Griffin, James, *Value Judgment. Improving our Ethical Beliefs*, Clarendon Press, Oxford, 1996
- Griffiths, M. R. & Lucas, J. R., *Ethical Economics*, MacMillan, London, 1996
- Grigoraș, Ioan, *Probleme de etică*, Editura Universității „Al.I. Cuza“, Iași, 1999
- Grove, Andrew, *Only the Paranoid Survive*, Currency Doubleday, New York, 1996
- Grünberg, Laura, *UNESCO și bioetica în România*, în Rev. „Bioetica în România: teme și dileme“, București, 1999
- Grünberg, Ludwig, *Ce este fericirea?*, Editura științifică și enciclopedică, București, 1978
- Handy, Charles, *The Empty Raincoat*, London, 1995
- Hare, R. M., *Moral Thinking. Its Levels, Method, and Point*, Clarendon Press, Oxford, 1981
- Harman, Gilbert, *The Nature of Morality. An Introduction to Ethics*, Oxford University Press, 1977
- Hart, H. L., *The Concept of Law*, 2nd ed., Oxford University Press, 1994

- Hassing, Dick and R. Hassing, *Problemele republicanismului democratic. The Federalist despre facțiuni și separația puterilor*, Apostrof, Cluj, 1994
- Hirigoyen, M.-F., *Le Harcèlement moral, la violence perverse au quotidien*, Paris, Syros, 1998
- Hirigoyen, Marie-France, *Le harcèlement moral*, La Découverte et Syros, Paris, 1998
- Hirschman, O. Albert, *Bonheur privé, action publique*, Fayard, Paris, 1983
- Hirschamn, O. Albert, *Pasiunile și interesele*, Humanitas, București, 2004
- Hirschman, A., *Exit, Voice and Loyalty*, Cambridge, Harvard University Press, 1970
- Hobbes, Thomas, *Leviathan*, Penguin Books, London, 1985
- Hoestlandt D., «*Les principes d'action de Lafarge: un exercice d'écriture collective*», *Entreprise éthique*, no 3, octobre, p. 50-55, 1995
- Hofstede, Geert, *Cultures's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Sage Publications, 1984
- Holden, Philip, *Ethics for Managers*, Gower, Brookfield, USA, 2000
- Hugues, Pnel, *L'économie, un défi de l'éthique*, Cujas, 1989
- Hume, David, *Cercetare asupra intelectului omenesc*, trad. rom. M. Flonta, A.-P. Iliescu & C. Niță, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1987
- Huntington, Samuel P., *Ciocnirea civilizațiilor și refacerea ordinii mondiale*, trad. rom. Radu Carp, Antet, București, 1998
- Hurubean, Alina, *Deontologia funcției publice*, în: Adrian Paul Iliescu, *Mentalități și instituții*, ed.cit., pp. 391-398
- Ianoși, Ion, *Moralități. Idei inoportune*, Editura „Cartea Românească”, București, 1994
- Ianoși, Ion, *Prejudecăți și judecăți*, Editura Hasefer, București, 2002
- Ioanid, Ileana, *Bună dimineața, domnule Franklin!* Editura Cartea Românească, București, 1999

- Iliescu, Adrian-Paul, Solcan, Radu, *Limitele puterii*, Editura All, București, 1994
- Iliescu, Adrian-Paul, *Mentalități și instituții*, Editura Ars Docendi, București, 2002
- Iliescu, Ion in dialogue with Vladimir Tismăneanu on Communism, Post-Communism and Democracy, *The Great Shock at the End of a Short Century*, Social Science Monographs, Boulder Distributed by Columbia University Press, New York, 2004
- Iliescu, Ion, *Concluziile forumului consacrat elaborării strategiei dezvoltării durabile a României*, Orizont 2025, București, 2005
- Ionescu, Alexandra, *Le bien commun et ses doubles. Deux rencontres roumaines entre morale et politique*, Editura Universității din București, 2001
- Jackson, Jennifer, *An Introduction to Business Ethics*, Blackwell, Oxford, 1996
- Jean-Claude Usunier (dir), *Confiance et performance*, Vuibert, collection FNEGE, Paris, 2000
- Jean-François Claude, *Le Management par les valeurs*, Éditions Liaisons, Paris, 2001
- Jonas, Hans, *Le Principe responsabilité*, Éditions du Cerf, 1990
- Joule, R. V. & Beauvois, J. L., *Tratat de manipulare*, trad. rom. Nicolae-Florentin Petrișor, Editura Antet, București, 1997
- Joule, R. V. et Beauvois, J.L., *La Soumission librement consentie*, Paris, PUF, 2000
- Kant, Immanuel, *Întemeierea metafizicii moravurilor. Critica rațiunii practice*, trad. rom. N. Bagdasar, Editura Științifică, București, 1972
- Klein, Naomi, *No Logo. Taking Aim at the Brand Bullies, Flamingo*, London, 2000
- Kohlberg, Lawrence, *The Meaning and Measurement of Moral Development*, Clark University Press, Worcester, Mass., 1981

- Kohlberg, Lawrence, *The Philosophy of Moral Development. Moral Stages and the Idea of Justice*, Harper & Row, London, 1981
- Korsgaard, Christine M., *The Sources of Normativity*, Cambridge University Press, 1996
- Korten, David C., *Corporațiile conduc lumea*, trad. rom. Ligia Caranfil & Nicolo della Puppa, Antet, București (f.a.), 1995
- Korten, David C., *Viața după capitalism. Lumea post-corporatistă*, trad. rom. Nicolae Năstase, Antet, București (f.a.), 1999
- Koslowski, P., *Principes d'économie éthique*, Paris, Cerf, 1998
- Kuhn, Adela și Kuhn, Paul, *Etica aplicată*, Humanitas Educațional, București, 2002
- Kun, Paul, *Raționalitate și rezonabilitate*, Editura Eurobit, Timișoara, 2003
- Le Goff J.-P., *Les Illusions du management*, Paris, la Découverte, coll. «Essais», 1996
- Le Tourneau P., *L'Éthique des affaires et du management au XXI^e siècle*, Paris, Dalloz, 2000
- Les Stoiciens, Textes choisis*, PUF, collection SUP, Paris, 1966
- Lewis, David (edit.), *Whistle Blowing*, The Athlone Press, London & New Brunswick, NJ, USA, 2001
- Lewis, P. V., *Defining 'Business Ethics': Like Nailing Jello to the Wall*, în „Journal of Business Ethics“, 14 / 1985, pp. 839-853, 1985
- Lipovetsky, Gilles, *Amurgul datoriei*, Editura Babel, București, 1996
- Lull, James, (f. a.) *Mass-media, comunicare, cultură. O abordare globală*, trad. rom. Mihnea Columbeanu, Editura Antet, București
- MacIntyre, Alasdair, *Dependent Rational Animals. Why Human Beings Need the Virtues*, Duckworth, London, 1999
- MacIntyre, Alasdair, *Tratat de morală. După virtute*, trad. rom. Catrinel Pleșu, Humanitas, București, 1998
- MacIntyre, Alasdair, *Whose Justice? Which Rationality?*, Duckworth, London, 1988

- Mackie, J. L., *Ethics. Inventing Right and Wrong*, Penguin Books, London, 1990
- Malherbe, Jean-François, *Pour une éthique de la médecine*, Librairie Larousse, 1987
- Malița, Mircea, *Zece mii de culturi o singură civilizație. Spre geomodernitatea secolului XXI*, prefață de Ricardo Diez – Hochleitnar, președintele Clubului de la Roma, București, Editura Nemira, 1998
- Marga, Andrei, *Acțiune și rațiune în concepția lui Jurgen Habermas*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1985
- Marga, Andrei, *Filosofia unificării europene*, Editura Apostrof, Cluj-Napoca, 1995
- Marsh, P.D.V., *Business Ethics*, Associated Business Press, London, 1980
- Maxim, Sorin-Tudor, *Responsabilitatea morală*, Editura Universității, Suceava, 2000
- Maxwell, John C., *There's No Such Thing as „Business Ethics“*, Warner Business Books, USA, 2003
- Mény Yves, *La corruption de la republique*, Fayard, 1992
- Mercier, S., *Une contribution à la politique de formalisation de l'éthique dans les grandes entreprises*, thèse de doctorat en sciences de gestion, Université de Paris – IX Dauphine, 1997
- Michael Novak, *Une éthique économique*, Paris, Cerf, 1987
- Midgley, Mary, *Beast and Man. The Roots of Human Nature*, Methuen, London, 1980
- Mihăilescu, Ioan, *Cuvânt înainte la Max Weber, Etica protestantă și spiritul capitalismului*, Editura Antet, București, 2004
- Mihăilescu, Ioan *Elite politice-elite economice*, Revista de Sociologie nr. 2004
- Mihu, Achim, *Sociometria*, Editura Politică, București, 1968
- Mill, John Stuart, *Despre libertate*, trad. rom. Adrian-Paul Iliescu, Humanitas, București, 1994
- Mill, John Stuart, *Utilitarismul*, trad. rom. Valentin Mureșan, Editura Alternative, București, 1994

- Miroiu, Adrian (ed.) *Instituții în tranziție*, Editura Punct, București, 2002
- Miroiu, Mihaela, Blebea, Gabriela, *Introducere în etica profesională*, Editura Trei, București, 2001
- Miroiu, Mihaela, *Convenio. Despre natură, femei și morală*, Editura Alternative, București, 1996
- Miroiu, Mihaela, Pasti, Vladimir, Codiță, Cornel, *România. Starea de fapt*, vol. I, Editura Alternative, București, 1997
- Miruna Cazaban, *Etica lui E. Lévinas* (Teză de licență), București, 1998
- Misrahi, Robert, *La signification de l'éthique*, Synthélabo, 1995
- Mitchell, Charles, *International Business Ethics. Combining Ethics and Profits in Global Business*, World Trade Press, Novato, California, 2003
- Morar, Ecaterina, *Injoncțiuni paradoxale*, Editura Paideia, București, 2005
- Morar, Filon, *Reprezentarea politică: actori și autori*, Editura Paideia, București, 2001
- Morar, Vasile, Lazăr, Gheorghita, *Etica profesională și a afacerilor*, Editura Universității, București, 2005
- Morar, Vasile, *Moralități elementare*, Editura Paideia, București, 2004
- Moussé, Jean, *Ethique des affaires: liberté, responsabilité. Le décideur face à la question éthique*, Paris, Dunod, 2001
- Moussé, Jean, *Ethique et entreprises*, Paris, Librairie Vuibert, 1993
- Moussé, Jean, *Fondements d'une éthique professionnelle*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1989
- Mureșan, Valentin, *Utilitarismul lui John Stuart Mill*, Editura Paideia, București, 2003
- Nagel, Thomas, *Equality and Partiality*, Oxford University Press, 1991
- Nagel, Thomas, *The Possibility of Altruism*, Princeton University Press, New Jersey, 1970

- Nash, Laura L., *Good Intentions Aside. A Manager's Guide to Resolving Ethical Problems*, 2nd ed, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts, 1995
- Neculau, Adrian.; Ferréol, Gilles, *Aspecte psihosociale ale sărăciei, Polirom, Iași, 1999,*
- Nicolescu, Ovidiu; Plumb, Ion; Pricop, Mihai; Vasilescu, Ion; Verboncu, Ion (coordonatori lucrare), *Abordări moderne în managementul și economia organizației*, (vol. I – Managementul general al organizației; vol. II – Managementul pe domenii de activitate; vol. III – Economia și managementul diferitelor tipuri de organizații; vol. IV – Eficiența economică și performanța managerială a organizației), Editura Economică, București, 2004
- Nietzsche, Friedrich, *Dincolo de bine și de rău*, Humanitas, București, 1992
- Nozick, Robert, *Philosophical Explanations*, Clarendon Press, Oxford, 1981
- Olen Jeffrey end Barry Vincent, *Applying ethics*, Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, 1992
- Peale, Norman Vincent & Blanchard, Kenneth, *The Power of Ethical Management*, Vermillion, London, 1988
- Peters, Thomas J. & Waterman, Robert H. Jr., *In Search for Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies*, Harper & Row, New York, 1982
- Pleșu, Andrei, *Chipuri și măști ale tranziției*, Ed. Humanitas, București, 1996
- Preda, Cristian, *România postcomunistă și România interbelică*, București, 2002
- Rachels, James, *Introducere în etică*, Editura Punct, București, 2000
- Ralea, Mihai, *Explicarea omului*, Editura Minerva, București, 1996
- Rawls, John, *A Theory of Justice*, Oxford University Press, 1973
- Rădulescu-Motru, Constantin, *Personalismul energetic*, Editura Eminescu, București, 1984
- Ricoeur, Paul, *Soi-même comme un autre*, Le Seuil, Paris, 1990

- Ries, Al & Trout, Jack, (f. a.) – *Marketingul ca război*, trad. rom. Viorel Cânu, Antet XX Press, București
- Rion, Michael, *The Ins and Outs of Ethics*, Business Week on line, May 14, 2001
- Rion, Michael, *The Responsible Manager. Practical Strategies for Ethical Decision Making*, Harper & Row, New York, 1989
- Ritzer, George, *Mcdonaldizarea societății*, trad. rom. Victoria Vușcar, Editura Comunicare.ro, București, 2003
- Robert Misrahi, *Qu'est-que l'éthique?*, Armand Colin, Paris, 1997
- Roman, Ioana-Sabina, *La téléphonie mobile en Roumanie. Une synchronisation avant la lettre*, Editura Paideia, 2002
- Roman, Petre, *Este pregătită România pentru adevăr?* (în curs de apariție, 2006)
- Roman, Petre, *Libertatea ca datorie*, Editura Paideia, București, 2004
- Russ, J., *La Pensée éthique contemporaine*, Paris, PUF, coll. «Que sais-je?», n° 2834, 1995
- Russ, Jacqueline, *La pensée éthique contemporaine*, Presses Universitaires de France, 1994
- Samuel, Mercier, *L'Éthique dans les entreprises*, La Découverte, Paris, 1999
- Samuel, Mercier, *L'Éthique des affaires*, Éditions la Découverte, collection Repères, Paris, 1999
- Sandu, Dumitru, *Sociabilitatea în spațiul dezvoltării. Încredere, toleranță și rețele sociale*, Editura Polirom, Iași, 2003
- Sartori, Giovanni, *Teoria democrației reinterpretate*, Polirom, Iași, 1999
- Scheler, Max, *Omul resentimentului*, Editura Trei, București, 1998
- Scholte, Jan Aart, *Globalization: A Critical Introduction*, Palgrave, Basingstoke, 2000
- Schwartz, Gheorghe, *Filosofia transversală*, Editura Paideia, București, 2005

- Seglin, Jeffrey, *The Good, the Bad, and Your Business. Choosing Right When Ethical Dilemmas Pull You Apart*, John Wiley & Sons, New York, 2000
- Seideil, F., coordination, *Guide pratique et théorique de l'éthique des affaires et de l'entreprise*, Paris, Eska, 1995
- Sen, Amartya, *Dezvoltarea ca libertate*, trad. rom. Cristina Ionescu & Nora Chiriță, Editura Economică, București, 2004
- Sen, Amartya, *Éthique et économie*, Paris, PUF, 1993
- Shaw, William H. and Vincent, Barry, *Moral Issues in Business*, fifth edition, Wadsworth Publishing Company Belmont, California, 1992
- Sidgwick, Henry, *The Methods of Ethics*, (7th ed 1907), Hackett, Indianapolis / Cambridge, 1981
- Simandan, Matei, *Teoria cunoașterii sociale*, Editura Academiei Române, București, 2002,
- Singer, Peter, *Ethics*, Oxford University Press, 1994
- Singer, Peter, *How Are We to Live?*, Oxford University Press, 1997
- Skinner, B. F., *Beyond Freedom and Dignity*, Penguin Books, London, 1988
- Slote, Michael, *Goods and Virtues*, Clarendon Press, Oxford, 1983
- Snare, Francis, *The Nature of Moral Thinking*, Routledge, London & New York, 1992
- Snell, Robin, *Developing Skills for Ethical Management*, Chapman & Hall, London, 1993
- Snoeyenbos, Milton and Donald Jewell, *Morals, Management and Codes in Business Ethics*, Buffalo, N.Y. Prometheus Books, 1983
- Solomon R. et. Hanson K., *La Morale en affaires, clé de la réussite*, Paris, Les Éditions d'Organisation, 1989
- Sorell, Tom & Hendry, John, *Business Ethics*, Butterworth – Heinemann, Oxford, 1994
- Soros, George, *Supremația americană: un balon de săpun*, trad. rom. Nicolae Năstase, Antet, București, 2004

- Spengler, Oswald, *Declinul Occidentului. Schiță de morfologie a istoriei* (Prima parte: „Formă și realitate“), trad. rom. Ioan Lascu, Beladi, Craiova, 1996
- Stănescu, Alina, *Morală și putere*, București, 2004
- Sternberg, Elaine, *Just Business. Business Ethics in Action*, Little, Brown & Co., London, 1996
- Stewart, David, *Business Ethics*, McGraw-Hill, New York, 1996
- Stiglitz, Joseph E., *Globalizarea. Speranțe și iluzii*, trad. rom. Dan Criste, Editura Economică, București, 2003
- Stoica, Stelian, *Prelegeri de etică*, Tipografia Universității București, 1975
- Sufrin, Sidney C., *Ethics, Markets and Policy*, Chartwell-Bratt, Bickley, Bromely, UK, 1989
- Thompson, F. Dennis, *Political Ethics and Public Office*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 1987
- Tismăneanu, Vladimir, *Reinventarea politicului*, Editura Polirom, București, 1996
- Tompea, Doru, *Etică, morală și putere*, Editura Polirom, 2000
- Tompea, Doru, *Provocarea postmodernă. Noi orientări în teoria socială*, Editura Polirom, Iași, 2001
- Vedinaș, Verginia, *Deontologia funcției publice*, (Teză de doctorat), București, 2005
- Vedinaș, Verginia, *Statutul funcționarului public*, Editura Nemira, bucurești, 1998
- Velasquez, G., Manuel, *Business Ethics. Concepts and Cases*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1988
- Vianu, Tudor, *Introducere în teoria valorilor bazată pe observația conștiinței*, în „Opere“, vol. 8, Editura Minerva, București, 1979
- Victor, Scherrer, *Dans la jungle des affaires. Pour une morale de l'entreprise*, Seuil, Paris, 1991
- Vlăduțescu, Gheorghe, *Etica lui Epicur*, Editura Științifică, București, 1972

- Weber, Max, *Etica protestantă și spiritul capitalismului*, trad. rom. Ihor Lemnij, Humanitas, București, 1993
- Weiszfeld, Mireille, *Vers l'entreprise democratique*, Editions La Découverte, 1993
- Williams, Bernard, *Ethics and the Limits of Philosophy*, third edition, Fontana Press, London, 1993
- Williams, Bernard, *Introducere în etică*, traducere de Valentin Mureșan, Editura Alternative, București, 1993
- Williams, Bernard, *Moral Luck*, Cambridge University Press
- Yvonne, Persqueux; Yvonne, Biefnot, *L'Éthique des affaires. Management par les valeurs et responsabilité sociale*, Éditions d'Organisation, Paris, 2002
- Zamfir, Elena *Conflictul și modalități de soluționare a lui*, Editura Cartea Universitară, București, 2004
- Zamfir C., Vlăsceanu L. (coord.), *Dicționar de sociologie*, Editura Babel, București, 1993
- Zamfir, E., Zamfir C. (coord.), *Politici sociale. România în context european*, Editura Alternative, București, 1995
- Zamfirescu, Vasile Dem., *Etică și etologie*, Editura științifică și enciclopedică, București, 1982

Cuprins

Introducere	7
Capitolul 1 – Etica și afacerile	11
1.1. Precizări terminologice: etica și morala	11
1.2. Ce este etica în afaceri?.....	16
1.3. Etica afacerilor ca etică aplicată	20
1.4. Momente semnificative în istoria eticii afacerilor; mituri și metafore.....	25
1.5. Nivele ale eticii afacerilor și concepte principale	31
1.6. Categoriile de probleme.....	35
1.7. De la „etica dialogului“ (germană) la „școala critică“ (franceză)	43
Capitolul 2 – Valorile și normele morale	55
2.1. Valorile: perspective teoretice și implicații etice.....	55
2.2. Definiția, clasificarea și structura normelor morale; reguli morale și prescripții juridice	71
2.3. Problema standardelor morale	78
2.3.1. Standardele morale și dimensiunea lor socială	85
Capitolul 3 – Valorile morale ale democrației și etosul afacerilor	93
3.1. Nucleul moral al idealului democratic	93
3.2. Capitalism și moralitate	109
3.3. Etosul spiritului întreprinzător	113
3.4. Sinceritate și bună-credință	116
Capitolul 4 – Conștiința morală și comportamentul etic în afaceri	127
4.1. Formarea conștiinței morale și etica afacerilor	127
4.2. Treptele conștiinței morale și nivelele judecății etice în afaceri	135

Capitolul 5 – Cooperare, conflict, alegere rațională	143
5.1. Relevanța teoriei virtuții pentru etica afacerilor	143
5.2. Moralitate elementară și cooperare ca soluție la problema de tip Dilema Prizonierului	154
5.3. Reciprocitate și contract social	160
5.4. Strategii cu punct de plecare binevoitor, prudent	162
Capitolul 6 – Responsabilitatea socială și morală a afacerilor	171
6.1. Fundamentele filosofice ale responsabilității	171
6.1.1. Libertatea și prudența ca temeiuri ale responsabilității ...	171
6.2. De la responsabilitatea față de Celălalt la conceptul modern de responsabilitate socială a organizării	182
6.3. Judecata de responsabilitate și condițiile necesare pentru ca o persoană să fie considerată responsabilă	192
6.4. Responsabilitatea corporației	198
6.4.1. Responsabilitate, profit și încredere	214
6.4.1.1. De la morala elementară a familiei la etica firmei	214
6.4.1.2. De la <i>rotten kid</i> la <i>rotten firm</i> și de la încredere la responsabilitate	215
6.5. Încredere și interes	217
6.5.1. Efectele încrederii și părțile interesate	222
6.6. Profitul și acțiunea morală	225
6.6.1. Profitul optim și comportamentul etic	228
6.7. <i>Business Ethics</i> și modele de responsabilitate morală	244
6.8. Mutații semnificative în evoluția ideii de responsabilitate	254
Capitolul 7 – Codificarea etică și afacerile	269
7.1. Instituționalizarea eticii în corporații	273
7.2. Codurile etice în lume	277
7.3. Aplicarea și limitele codului etic în sfera afacerilor	294
7.3.1. Punctele tari și punctele slabe ale codului etic	296
Capitolul 8 – Etica în politică și afaceri	303
8.1. Câteva clarificări conceptuale.....	303
8.2. Eterogenitatea tradițiilor morale și politice.....	305

8.3. Standardele morale și viața politică	309
8.4. Mituri și metafore stăruitoare cu privire la etica în politică	316
8.5. Deontologie și politică. Nevoia de etică în viața politică.....	323
8.6. Nivelurile judecății morale și relevanța acestora pentru acțiunea și gândirea politică	330
8.7. Opt reguli cruciale pentru gândirea etică în afaceri și în politică	332
Capitolul 9 – De la etica tradițională la etica post- moralistă	341
Anexa 1 – Kant în contextul afacerilor	351
Anexa 2 – Natura deciziilor etice în management	362
Anexa 3 – Dileme etice pentru companiile multinaționale ..	372
BIBLIOGRAFIE	375

*Tiparul s-a executat sub cda 1573/2006
la Tipografia Editurii Universității din București*

Ipoteza centrală a cărții poate fi redată prin conceptul de morală elementară. În chip simplificat aceasta înseamnă că orice activitate umană (inclusiv deci, sfera afacerilor și viața publică) solicită un element de moralitate; acest element seamănă cu „elementele” din celebrul tablou al lui Mendeleev, în sensul că, așa cum niciun element chimic nu poate lipsi din natură, tot așa, din tabelul moralității nu pot lipsi elemente precum: presupuziția existenței celorlalți, intenția bună, capacitatea empatizării, tendința spontană sau rațională de-a universaliza maxima voinței tale, și, deloc la urmă, rezultatul, consecința, fapta ta.

Afacerile adevărate și politica veritabilă sunt însoțite în mod necesar, într-o societate democratică, de moralitate elementară. Dacă acest lucru nu se petrece atunci vom avea de-a face cu fenomene ce încap în denumiri precum: stat oligarhic, sau „democrație mimetică” sau „democrație a privilegiilor” ș.a.

ISBN 973737167-4



9 789737 137167

<https://biblioteca-digitala.ro> / <https://unibuc.ro>