

CUPRINS

CAPITOLUL 1.

Etica virtuților	11
Introducere	11
Scopul eticii	12
„Măsura justă”	14
Curajul	16
Generozitatea	20
Grandoarea sufletească	22
Blândețea	24
Prietenia	26

CAPITOLUL 2.

Deontologia	29
Introducere	29
Deontologia kantiană din <i>Critica rațiunii practice</i>	31
Perspective contemporane asupra deontologiei	42

CAPITOLUL 3.

Utilitarismul	65
Introducere	65
Bentham, principiul utilității	66
John Stuart Mill, principiul celei mai mari fericiri	69
Perspective contemporane asupra utilitarismului	73

CAPITOLUL 4.

Etica alterității	87
Același și Celălalt	88
Cine este Celălalt?	92
„Să nu ucizi”	99

CAPITOLUL 5.

Concepte ale eticii afacerilor	103
Birocratizare	103
Fetișismul mărfii	109
Whistle-blowing și teoria părților interesate	113
Acționari și alte părți interesate (shareholders and stakeholders)	118
Responsabilitatea socială a corporațiilor (CSR)	123

Concluzii	135
Anexa 1. Principalele teorii etice	137
Anexa 2. Virtuți ale eticii afacerilor	140
Bibliografie	145

Introducere. Ce este etica afacerilor?

„Afacerile” se referă la meserii și organizații din mediul privat, având ca *modus operandi* inițiativa și obținerea profitului. Companiile și firmele muncesc pentru clienți, care așteaptă să primească produsele sau serviciile dorite la prețuri convenabile (Jones, Parker, ten Bos 2005, 10-25). Ținând cont de faptul că afacerile și urmărirea obligatorie a profitului sunt indiscernabile, în contextul valorizării pozitive a lăcomiei („Greed is good” spune Gordon Gekko în filmul din 1987 *Wall Street*), care sunt condițiile de posibilitate ale eticii afacerilor?

Ce sens mai are ea, într-o lume care se rotește în jurul Banului, așa cum consideră cultura pop? În multe tradiții religioase, banul, „ochiul dracului”, a fost asociat cu murdăria. Isus i-a izgonit pe cămătari din templu; în Islam este interzis împrumutul cu dobândă; Confucius spunea că „omul superior știe ce e bun, iar cel inferior știe ce se va vinde”; Buddha susținea că dacă îl rănești pe cel cu care faci comerț, te rănești de fapt pe tine (*karma*) (*Ibid.*).

În primul rând, din cauza amintitei contradicții dintre urmărirea profitului inerentă afacerilor și caracterul constitutiv al eticii – al tendinței sale de a căuta binele, echilibrul și corectitudinea –, etica afacerilor a fost considerată un paradox sau chiar un „oximoron”. Prin „oximoron” înțelegem o alăturare de concepte contrastante, precum „tăcere asurzitoare” sau

„pesimism vesel”. Afirmația aceasta conduce la constatarea că nu poate exista o etică a afacerilor, deoarece afacerile sunt esențialmente imorale; ele putând fi asemuite cu jocul de poker, în care înșelăciunea și minciuna sunt perfect acceptabile. Dar din aceste considerații nu rezultă că etica afacerilor ar fi redundantă: pentru multe activități ce țin de afaceri e necesară menținerea standardelor etice, precum onestitatea, încrederea și cooperarea. Afacerile ar deveni imposibile, dacă directorii ar minți tot timpul; dacă vânzătorii și clienții n-ar avea încredere unii în ceilalți; dacă angajații ar refuza să se ajute între ei (Crane, Matten 2016, 4-11).

În al doilea rând, etica operează întotdeauna printr-o „dislocare a bunului simț” (Jones, Parker, ten Bos 2005, 10-25), fiind o importantă ramură a filosofiei, care țintește problematizările, chestionările. O memă celebră spune: „sunt filosof, deci am întrebări pentru toate răspunsurile tale”. Așa cum vedem din bibliografia de specialitate, etica afacerilor oferă deseori reguli și „rețete”, devenind inautentică/ irelevantă: iei „pilula” etică și te vindeci, dar lucrurile rămân neschimbate. Noi credem că etica afacerilor trebuie să se orienteze nu spre *ceea ce este*, ci spre *ceea ce ar trebui și ar putea să fie*. Pornind de la dualismul marxist dintre *interpretarea și schimbarea lumii*, dacă nu creăm un viitor mai bun, care este justificarea noastră etică? Această inițiere în etica afacerilor vizează permanent reforma (a mentalității și a realității efective), nu conservarea *status quo*-ului.

Introducere în etica afacerilor (prima carte de acest gen în limba română) este o lucrare interdisciplinară, care ia în considerare idei din diverse domenii: istoria filosofiei, filosofie aplicată, fenomenologie, psihanaliză, sociologie, științe politice, economie etc. Mai întâi, vom expune principalele teorii etice (etica virtuților, deontologia, utilitarismul și etica alterității)

pornind de la bibliografia primară: *Etica nicomahică* de Aristotel, *Întemeierea metafizicii moravurilor și Critica rațiunii practice* de Immanuel Kant, *Introducere în principiile moralei și legislației* de Jeremy Bentham, *Utilitarismul* de John Stuart Mill și *Totalitate și infinit* de Emmanuel Levinas. Apoi, vom arăta de ce sunt relevante aceste teorii filosofice pentru mediul corporatist, folosind manuale recente de etica afacerilor precum *For Business Ethics* (2005) de Campbell Jones, Martin Parker și René ten Bos, *Essentials of Business Ethics. Creating an Organisation of High Integrity and Superior Performance* (2009) de Denis Collins, *Business Ethics. Case Studies and Selected Readings* (2009) de Marianne M. Jennings, *Business Ethics Now* (2012) de Andrew Ghillyer, *Ethical Theory and Business* (2014) de David Arnold, Tom Beauchamp și Norman Bowie, *Business Ethics* (2016) de Andrew Crane și Dirk Matten, *Business Ethics. An Ethical Decision-Making Approach* (2017) de Mark S. Schwartz, *Business Ethics* (2018) de Stephen M. Byars și Kurt Stanberry ș.a. Cititorul care dorește să aprofundeze chestiunile tratate pe scurt în cartea de față poate consulta cu profit bibliografia secundară.

Vom începe cu studiul eticii aristotelice a virtuților (capitolul 1), luând considerare argumentele filosofului antic privind scopul eticii, justa măsură și prietenia. Vom urmări atent diverse virtuți morale esențiale pentru etica afacerilor, precum curajul, generozitatea, grandoarea sufletească și blândețea. Deontologia kantiană (capitolul 2) și utilitarismul lui Bentham și Mill (capitolul 3), teorii etice antagoniste, vor fi apreciate și dintr-un punct de vedere filosofic, și dintr-o perspectivă semnificativă pentru contemporaneitatea eticii afacerilor. Etica alterității levinasiene (capitolul 4) va face obiectul unei cercetări moral-ontologice în contextul fenomenologiei heideggeriene și al

însemnătății pentru secolul al XXI-lea. Diverse concepte ale eticii afacerilor (capitolul 5), unele pentru care nu există un echivalent încetățenit în limba română, vor fi trecute în revistă: birocratizarea, fetișismul mărfii, *whistle-blowing*, teoria părților interesate, *shareholders* și *stakeholders*, responsabilitatea socială a corporațiilor (CSR) etc. Am sintetizat informația în mai multe scheme pentru a facilita reținerea termenilor dificili ori pentru a ilustra anumite concepte. În anexe, vom recapitula principalele teorii etice și diversele virtuți ale mediului corporatist. Sperăm că lucrarea noastră va fi valoroasă și pentru studenți, și pentru cei implicați zilnic în domeniul afacerilor.

CAPITOLUL 1.

Etica virtuților

Introducere

În greaca veche, termenul de etică provine de la *ethos*, care înseamnă *caracter, mod de a fi, set de obiceiuri*. O abordare bazată pe virtuți este o perspectivă „socială” pentru a înțelege cum sunt produse valorile etice (Jones, Parker, ten Bos 2005, 56). Potrivit lui Robert Solomon (1992, 325), corporațiile „sunt comunități reale, nici ideale, nici idealizabile”, ele putând fi analizate „pentru a începe să înțelegem natura virtuților”. Filosoful american accentuează *realitatea* (sau *realismul*) corporatist și consideră că mediul afacerilor este propice pentru o analiză/ interpretare „la rece” a modului de constituire a virtuților. El oferă o adevărată genealogie a virtuților, pornind de la *Etica nicomahică* (350 a. Chr.) a lui Aristotel. În altă parte, Solomon (1999, 37) oferă argumente în sprijinul perspectivei sale: „Am putea spune că linia de final a abordării privind virtuțile în afaceri este că trebuie să depășim gândirea «liniei de final» [*‘bottom line’ thinking*] și să concepem afacerile drept parte esențială a societății în care traiul bun, înțelegerea cu ceilalți și posedarea unui sentiment de respect de sine sunt centrale, obținerea profitului fiind doar un mijloc”. Astfel, putem concepe etica

afacerilor drept etică a virtuților, mergând dincolo de comandamentul profitului, care pare s-o ilustreze esențialmente, așa cum am mai spus. Motivul pentru care favorizăm o perspectivă de acest gen se bazează pe apartenența la *polis* a comunității de afaceri. În continuare, vom urmări textul *Eticii nicomahice*, concentrându-ne în special pe virtuțile morale. Aristotel distinge între virtuțile intelectuale și cele morale. Cele intelectuale sunt cunoașterea (*epistémē*), înțelepciunea (*sophía*) și prudența sau înțelepciunea practică (*phrónesis*). Filosoful grec arată că doar persoana prudentă poate intra în posesia tuturor virtuților morale (v. și Byars, Stanberry 2018, 30).

Scopul eticii

În *Cartea I* din *Etica nicomahică*, Aristotel fundamentează domeniul eticii la joncțiunea unor discipline conexe precum politologia, sociologia, psihologia și antropologia. Punctul de pornire este următoarea observație de bun simț: „...binele este cel spre care aspiră toate” (1094a3). Astfel, „...binele face obiectul științei cu cea mai mare autoritate și cu cea mai înaltă organizare, iar aceasta se arată a fi politica” (1094a27-28). Nu putem fi decât de acord cu observația editorului lui Aristotel, conform căruia următorul raționament devine imperios: „comandând astfel politicii, etica este, într-un sens, politica superioară” (Aristotel 1988, 270 n.). Etica înțeleasă ca politică superioară este un soi de idealizare a politicii, ca punct de vedere înalt care coordonează, supraveghează și validează activitatea politicii. „Binele” („viața bună”, „activitatea corectă”, „bunul mers al lucrurilor”, „buna orânduire”) este deopotrivă scopul politicii și cel al eticii (sau *telos*-ul supra-politic al eticii).