



**ETICA AFACERILOR MILITARE
(PARTEA A II-A)**

**ETHICS OF MILITARY AFFAIRS
(PART II)**

*Dr. Valentin-Stelian BĂDESCU**

*Dr. George-Teodor RĂDUICĂ***

Rezumat: În zilele noastre avem de-a face cu o nouă construcție de tip juridico-economic – în cadrul căreia etica ocupă un loc aparte –, instrumentele juridice internaționale și europene, împreună cu principiile consfințite de acestea (al democrației și statului de drept, principiul separației puterilor în stat, al egalității statelor în fața tratatelor) toate formând la un loc blocul de funcționalitate al afacerilor în general, al afacerilor militare în special.

Cuvinte-cheie: afaceri militare; etică; morală; buna-credință; drept internațional; drept internațional umanitar.

Abstract: Nowadays we are dealing with a new type of legal and economic construction - in which ethics occupies a special place -, international and European legal instruments, together with the principles embodied in them (democracy and the rule of law, the principle of separation of powers, equality of states regarding the treaties) are all forming a block of businesses functionality, in general, and of military affairs in particular.

Keywords: military affairs; ethics, morals; good faith; international law; international humanitarian law.

Importanța eticii în afaceri

„**E**tica în afaceri nu este o modă trecătoare”¹ întrucât puterea și influența firmelor private asupra întregii societăți este mai mare decât a fost vreodată până acum, iar politicile imorale, frecvent întâlnite în mediul

* Dr. Valentin-Stelian Bădescu este avocat în Baroul București și lector universitar la Universitatea Europei de Sud-Est LUMINA din București.

** Dr. George-Teodor Răduică este expert la Universitatea Națională de Apărare „Carol I” din București.

¹ A. Crane, D. Matten, *Business Ethics. A European Perspective*, Oxford University Press, 2004., p. 9.



de afaceri, pot să provoace imense daune și prejudicii indivizilor, comunităților și mediului. Politicile guvernamentale au scos în relief anumite probleme de etică în afaceri, care se pun acum cu mare acuitate și în tranziția societății românești spre o economie de piață funcțională. Atât în țările occidentale, cât și în țara noastră programele de privatizare au făcut ca numeroase întreprinderi aflate o vreme în proprietatea statului să se adapteze cerințelor de eficiență și rentabilitate ale unor afaceri comerciale. Drept urmare, noii lor manageri au dispus masive concedieri de personal, acordându-și lor însă remunerații substanțial mărite. Moralitatea acestor măsuri a fost pusă vehement sub semnul întrebării de către opinia publică, stârnind dezbateri aprinse în legătură cu obiectivele esențiale pe care trebuie să le urmărească întreprinderile comerciale: trebuie acestea să se pună în primul rând în serviciul bunăstării generale a societății, ori să servească mai presus de orice interesele acționarilor?

O dată cu retragerea totală sau parțială a administrației de stat din anumite sectoare de activitate pe care le-a controlat timp de multe decenii, s-au pus tot mai multe întrebări în legătură cu măsura în care firmele private ar trebui să preia responsabilitățile pe care statul și le-a declinat. Speranțele că oamenii de afaceri ar putea să susțină financiar dezvoltarea artelor, a științei și educației nu sunt câtuși de puțin ceva de dată recentă. Nouă este însă transformarea speranțelor în așteptări și chiar în pretenții; ceea ce odinioară se considera a fi doar generozitate voluntară apare în opinia tot mai multor oameni drept „responsabilitate socială”. Nouă este și vehemența cu care o bună parte a opiniei publice solicită firmelor și corporațiilor private să se implice în eradicarea tuturor relelor din societatea contemporană. Nu e suficient ca investitorii să ofere pe piață produse de tot mai bună calitate, mai sigure și mai accesibile pentru consumatori, sau ca aceștia să asigure condiții de lucru tot mai bune pentru salariați, ci și să salveze speciile biologice în pericol de dispariție, să protejeze monumentele istorice, să susțină sistemul de sănătate ori să se implice în eradicarea sărăciei pe întreaga planetă.

O dată cu creșterea influenței sectorului privat asupra întregii vieți economice și sociale, interesul canalelor mediatice față de lumea afacerilor a sporit constant. Ajunse din ce în ce mai frecvent pe prima pagină, malversațiunile oamenilor de afaceri au stârnit reacții, critici și comentarii aprinse din partea opiniei publice, sporind interesul general față de moralitatea agenților economici și a funcționarilor publici cu atribuții și competențe dubios exercitate în gestionarea avuției naționale. Sub presiunea efectelor direct perceptibile în viața lor a politicilor interesate și „egoiste” ale marilor corporații și a strategiilor guvernamentale orientate spre descătușarea mecanismelor concurențiale ale pieței libere, pe larg prezentate și dezbătute în *mass-media*, militantismul diferitelor grupuri și categorii de *stakeholders* s-a intensificat progresiv, sporind interesul opiniei publice față de



etica afacerilor și a administrației publice. Greu traductibil în românește prin cuvântul „participanți”, termenul englezesc *stakeholders* desemnează toate grupurile sociale afectate direct sau indirect de activitatea firmelor comerciale; mai mult decât atât, aceste grupuri iau parte la „jocul” economiei de piață, nu doar în calitate de „spectatori”, ci și în calitate de participanți activi, întrucât fără implicarea lor, activitatea firmelor comerciale ar fi imposibilă. Printre cele mai importante categorii de *stakeholders* se numără salariații, consumatorii și comunitățile locale. Pe măsură ce se profilează o descreștere numerică a candidaților din rândurile unor grupuri tradițional favorizate, profilul etic al firmei devine un criteriu cheie în lupta pentru atragerea și păstrarea angajaților performanți. În consecință, firmele care vor să atragă acești consumatori din ce în ce mai critici și mai exigenți trebuie să fie foarte atente cum abordează problemele de etică în afaceri².

Creșterea interesului față de etica în afaceri este determinată și de schimbarea naturii înseși a afacerilor în contextul ultimelor decenii, în care a luat o amploare evidentă procesul de globalizare. Firmele comerciale devin tot mai transfrontaliere, mai complexe și mai dinamice decât au fost vreodată până acum. În consecință, apar probleme noi, iar certitudinile valoric-normative ale mediilor de afaceri locale sunt înlocuite de relativitatea unui context multinațional și multicultural, în care criteriile corectitudinii morale diferă și se modifică rapid. Drept urmare, chiar și problemele mai vechi devin tot mai greu de soluționat, iar afacerile trebuie să repună în discuție anumite principii și valori considerate până de curând a fi de la sine înțelese.

Augmentarea importanței acordate eticii în afaceri se explică și prin modificările suferite de strategiile și structurile corporațiilor. Curente recente în teoria și practica managerială, precum *total quality management*, ca și procesele de restructurare și redimensionare a firmelor de top au condus la abandonarea multor practici tradiționale de conducere a proceselor economice. Ierarhiile manageriale stufoase și rigide s-au aplatizat considerabil. În consecință, autoritatea și răspunderea decizională s-au dispersat din ce în ce mai mult în cadrul firmei: decizii importante sunt luate la niveluri ierarhice tot mai joase și de către tot mai mulți angajați. Iată de ce se impune ca fiecare salariat, nu numai top managementul să înțeleagă cât mai bine complexitatea problemelor de natură etică; toți membrii unei firme trebuie să cunoască valorile și țelurile esențiale ale organizației și cum trebuie să se reflecte acestea în conduita practică a firmei în mediul economic. Dar pentru ca etica în afaceri să se disemineze în toate ungherele unei firme, ea trebuie să fie mai întâi înțeleasă. Înțelegerea criteriilor morale de conduită în afaceri este

² *Ibidem*, p. 10.



deosebit de importantă, deoarece noile structuri organizaționale dau naștere unor noi complicații pentru care nu există precedente tradiționale. Pentru ca etica în afaceri să aibă succes, o înțelegere temeinică a deontologiei profesionale a întreprinzătorului, a celor implicați în afacerile militare, este absolut necesară.

Etica și deontologia profesională

În afara conceptelor de etică și morală, în limbajul de specialitate mai întâlnim și pe cel de *deontologie*³. Într-o accepțiune *lato-sensu*, termenul evocă partea eticii care se ocupă de studiul datoriei morale, al originii, naturii și formelor acesteia, în calitate de componentă de bază a conștiinței morale. Într-o accepțiune *stricto-sensu*, conceptul semnifică un cod al moralei profesionale, al principiilor și normelor specifice pe care le implică exercitarea unei profesii. Un asemenea cod poate să îmbrace forma scrisă⁴ sau poate fi constituit dintr-un ansamblu de cutume transmise pe cale orală⁵ și acceptat de toți membrii unei comunități. În ultima vreme, se manifestă tendința adoptării unor coduri de conduită în forma scrisă pentru tot mai multe profesii sau categorii de persoane care îndeplinesc diferite funcții în stat.

Deontologia este astfel definită *ca fiind ansamblul regulilor după care se ghidează o organizație, instituție profesională, profesie sau o parte a acesteia, prin intermediul organizațiilor profesionale care devin instanțe de elaborare, aplicare și supraveghere a aplicării acestor reguli*⁶. Deontologia mai poate fi definită ca reprezentând ansamblul normelor care conturează un anumit tip de comportament profesional. O parte din aceste norme sunt consacrate juridic, putând fi deci impuse prin intervenția forței de coerciție a statului, altele sunt sancționate doar de opinia publică, înscriindu-se în categoria normelor morale. Deontologia se referă astfel la regulile proprii unei profesii a cărei exercitare o guvernează. Vom regăsi o deontologie a medicului, a magistratului, a jurnalistului, a polițistului, și plecând de la normele comune consacrate de aceasta, un specific al profesionistului comerciant. Putem atașa termenului de deontologie semnificația de morală profesională în sensul de ansamblu de îndatoriri, principii și norme inerente exercitării unei activități profesionale și considerăm că fiecare activitate profesională, indiferent de complexitatea ei, de ierarhia în nomenclatorul de funcții

³ Cuvântul provine din grecescul *deon, deontos*, care înseamnă ceea ce se cade, ceea ce este necesar și *logos*, care înseamnă știință.

⁴ A se vedea Legea nr.7/2004 privind Codul de conduită al funcționarilor publici.

⁵ Codul de conduită al militarilor. *Exempli gratia, Codul Bushido*, care conține legile severe ale onoarei militare și ale purtării luptei, care poate părea în multe puncte de neînțeles pentru mentalitatea europeană, dar trebuie văzut că el s-a structurat în conformitate cu specificul psihologiei și moralei japoneze, iar scopul său era, în esență, da a reglementa violența.

⁶ Verginia Vedinaș, *Deontologia vieții publice*, Universul juridic, București, 2007, p. 19.



sau ierarhia entității unde se exercită, trebuie să se bazeze pe anumite valori morale, care aduc identitate funcției respective și celor care o exercită.

Înțelegă ca ansamblu de reguli care precizează îndatoririle unei profesii, deontologia include atât raporturile existente în interiorul unei profesii, între cei care o practică, cât și raporturile cu terții, care sunt fie beneficiarii exercitării profesiei, fie, pur și simplu, oameni din afară care iau cunoștință într-un fel de aceasta.

Organizarea juridică formală a unei societăți reprezintă reflectarea valorilor morale importante pentru membrii societății respective responsabili cu crearea instrumentelor legale ce asigură intervenția statală atunci când ordinea prestabilită prin normele legale este încălcată. Deși este precedată de etică, legea poate să reflecte sau nu valorile morale dominante ale unei societăți într-o anumită perioadă de timp. Raportat la exercitarea unei profesii, normele juridice reprezintă un ansamblu de reguli care descriu obligațiile, interdicțiile și permisiunile tuturor subiecților dintr-un anumit domeniu de activitate, acea parte a regulilor morale susținute de deontologie considerate de către legiuitor ca fiind obligatorii pentru acea categorie profesională.

Având inițial semnificația de știință a moralei⁷, evoluția conceptului de deontologie a avut loc îndeosebi în sfera științelor și activităților umaniste, pe măsură ce acestea dispuneau de tot mai multe modalități de acțiune, astfel încât problema delimitării a ceea ce este permis de ceea ce nu este permis impunea trasarea unor limite morale.

Astfel, deontologia excede sfera normativă juridică, reprezentând acea parte a eticii care se ocupa cu studiul normelor și obligațiilor specifice unei activități profesionale, reglementate sau nu prin norme juridice. În timp ce respectarea normei juridice, ca regulă de conduită, este asigurată, la nevoie, prin forța coercitivă a statului, norma morală se bazează pe constrângerea intimă și conștiința personală a fiecărui individ, încălcarea ei nefiind sancționată decât prin, eventual, reacția opiniei publice sau a subiecților ce activează în același domeniu.

Din ansamblul regulilor morale, deontologia le-a asimilat pe cele legate de exercitarea profesiei către nivelul de performanță dorit. Astfel, se poate spune că deontologia reprezintă acea parte a eticii care se ocupă de studiul datoriei morale, a originii, naturii și formelor responsabilității pe care le incumbă exercitarea profesiei.

În cazul afacerilor, scopul deontologiei este reprezentat de realizarea eficienței acestora și satisfacerea nevoilor consumatorului. Eficiența nu reprezintă numai rezultatul unei bune organizări și conduceri a unei activități. Obținerea unei eficiențe maxime depinde și de gradul de conștiinciozitate față de obligațiile profesionale ale întreprinzătorului. Prin urmare, obligațiile de ordin moral ce trebuie respectate derivă din scopul exercitării activității, anume maximizarea profitului, dar și asumarea unei

⁷ K. Lippert Rasmussen, *Deontology, Responsibility and Equality*, BookPartnerMedia, Copenhagen, 2005, p. 15.



răspunderi față de societate și cetățeni. În măsura în care actele normative stipulează expres aceste obligații morale, ele dobândesc dimensiune profesională.

Dicționarul „Le Petit Larousse” definește deontologia ca fiind „ansamblul de reguli care reglementează o profesiune, conduita celor care o exercită, raporturile dintre aceștia, raporturile dintre aceștia și clienții lor, dintre ei și public”. Relativ recent, dezvoltarea reglementărilor interne pe baza dreptului Uniunii Europene ce a constituit o preocupare permanentă a legiuitorului român a fost aceea de a dezvolta reglementarea internă pe baza *acquis*-ului comunitar.

La baza exercitării anumitor profesii trebuie să stea nu numai actele normative care organizează profesia respectivă, care consacră statutul juridic al celor care o exercită, ci și anumite coduri morale ce cuprind îndatoririle și principiile de natură morală care dau identitatea acelei profesii și a căror semnificație deosebită trebuie apărută, astfel, dacă cei care exercită acea profesie renunță la ele, se erodează profesia, în ansamblul ei. În acest sens, vom prezenta succint obligațiile profesioniștilor comercianți așa cum sunt ele reglementate prin dispozițiile Codului civil român în vigoare, ale altor legi speciale în domeniu, buna-credință fiind utilă și în desfășurarea afacerilor militare, cu toate că nu întotdeauna lucrurile au stat așa.

Buna-credință în afaceri

Concepția majoritară privitoare la buna-credință era că aceasta reprezintă un concept cu o înclinație puternică către morală, psihologie și etică. Accepțiunile bunei-credințe în sistemele de drept ale țărilor membre UE prezintă un numitor comun, și anume că aceasta e privită ca un concept eminent juridic, datorită funcțiilor pe care le servește. Astfel, având în vedere varietatea de instituții cu care aceasta interacționează trebuie făcută o distincție între bună-credință în materie contractuală, în materia proprietății și în materia obligațiilor, dar, în același timp este necesară identificarea acelor componente comune care stau baza la acestei noțiuni. În toate cazurile, tendința doctrinei a fost în sensul atribuirii unor trăsături psihologice bunei-credințe, Buna credința ca instituție juridică evidențiază conștiința persoanei și felul în care aceasta se conformează imperativelor ordinii și moralei. Astfel, ea nu trebuie confundată cu buna-credință ca fundament al unei credințe eronate⁸. Putem susține că buna-credință prezintă tangențe cu etica și morala, dar fiind o instituție de sine stătătoare considerăm ca fiind necesară delimitarea bunei-credințe de aceste valori sociale care nu prezintă un caracter practic foarte pronunțat⁹.

⁸ Sache Neculaescu, *Ambiguități ale teoriei abuzului de drept*. Dreptul 3/2011, p. 89.

⁹ Liviu Titus Paveliu, *Considerații privind evoluția bunei-credințe și rolul acesteia în materia clauzelor abuzive*, material publicat în volumul de comunicări prezentate la Sesiunea științifică a Institutului de Cercetări Juridice, *Știință și codificare în România*, București, 2013, p. 169.



Privitor la înțelesul bunei-credințe, o serie de teorii au fost acceptate de către doctrină ca fiind cele mai relevante pentru înțelegerea acestui concept.

A. *Teoria regimului juridic derogatoriu de la „dreptul strict”*. Conform autorului Reinhard Zimmerman, *bona fides* a avut originea în dreptul roman, mai exact apariția acesteia fiind asociată instituției „*iudicia stricti iuris*”, procedură care trebuia urmată conform dreptului strict, unde buna-credință putea fi întâlnită în conținutul unei clauze standard cunoscută sub numele de *exceptio doli*. Formularea acestei clauze era „*si in ea re nihil dolo malo auli agerii factum sit neque fiat*” care în mod concret proteja pe pârât în cazul în care reclamantul putea fi învinuit de un comportament de rea-credință de natură să creeze o situație injustă pentru pârât în raportul cu acesta. În ipoteza dată se creiona prima formă de rezolvare a unei cauze ținând cont de bună credință și rezonabilitate¹⁰.

Așadar, potrivit teoriei dreptului strict, dreptul comun reprezintă „dreptul strict”, iar în lipsa unei reglementări exprese, buna-credință constituia excepția. În mod sintetic, această teorie a fost expusă de autorul Andre Bretom¹¹ conform căruia „dreptul trebuie aplicat în principal, iar efectele bunei credințe și ale relei credințe să constituie o listă de derogări de la dreptul comun”.

B. *Teoria bipartită*. Această teorie face distincția dintre buna-credință obiectivă și cea subiectivă, criteriul acestei distincții fiind dat de natura factorilor care intră în componența bunei-credințe. Așadar, bună-credință subiectivă reprezintă starea psihologică a subiectului raportată la cunoașterea sau nu a existenței unui fapt (*bona fides acquisition*)¹², această formă fiind importantă în materia drepturilor reale.

Buna-credință obiectivă reprezintă o stare abstractă care instituie o normă de comportament de natură să limiteze exercitarea drepturilor și să creeze obligații suplimentare, în mai multe sisteme de drept aceasta fiind funcția primară a bunei-credințe. Pentru a distinge buna-credință obiectivă de cea subiectivă, forma obiectivă a fost individualizată în cadrul sistemelor de drept străine prin atribuirea unei denumiri specifice, respectiv *Treu und Glaube* în dreptul german, *correttezza* în dreptul italian, și *redelijkheid en billijkheid* în dreptul olandez¹³.

Clasificarea bipartită a fost criticată pe motiv că argumentația care o susține e de natură să limiteze sfera de aplicare a bunei-credințe, iar fundamentarea

¹⁰ R. Zimmerman, S. Whitaker: *Good faith in European Contract law*, Cambridge University Press, hardcover edition, 2000, p. 16.

¹¹ D. Gherasim, *Buna credință în raporturile juridice civile*, Editura Academiei Republicii Socialiste România, București, 1978, p. 23.

¹² M. Hesselink *The Concept of Good Faith; The New European Private Law, Essays on the Future of Private Law in Europe*, London, Boston, Kluwer Law International, 2004.

¹³ M. Hesselink, *op.cit.*, p. 1.



acesteia nu ia în calcul starea psihologică internă a individului și că practic ar nega legătura bunei-credințe cu morala. Doctrina¹⁴ a semnalat faptul că buna-credință, indiferent de forma pe care ar îmbrăca-o, în materia dolului, fraudei, erorii, loialității, are întotdeauna caracter subiectiv, fiind fondată pe factori psihologici. Deși această critică a fost corect fondată pe natura factorilor care intră în stabilirea caracterului obiectiv sau subiectiv al bunei-credințe, utilitatea clasificării este dată de distincția pe care o realizează între buna-credință contractuală și buna-credință care este prezentă în alte domenii precum drept procesual civil, dreptul muncii, organizare judiciară.

În legislația curentă, reglementarea aleasă de legiuitor prezintă elemente specifice teoriei bipartite a bunei-credințe¹⁵, în sensul că buna-credință se raportează atât la starea individului, forma subiectivă, cât și la standarde generale abstracte în sensul de nivel de înțelegere al unei persoane obișnuite, formă obiectivă. Însă, în ceea ce ne privește, considerăm că cel puțin formal buna-credință în noul cod întruchipează teoria bunei-credințe ca o normă cu caracter general¹⁶. În acest sens, buna-credință nu are o aplicare limitată decât în cazurile speciale în care Codul civil sau legile prevăd incidența sa. Aceasta reprezintă o recunoaștere a tuturor drepturilor civile¹⁷, fapt care încorporează și obligația de a însuși o anumită conduită temperată, acest lucru fiind de natură să permită bunei-credințe vocația de a fi aplicabilă și în alte domenii.

Este de preferat ca buna-credință să se bucure de un caracter unitar care în același timp să fie și complex, în sensul de a cuprinde voința individuală, credința conștiințioasă și să respecte cerințele legale. Astfel, buna-credință este în mod necontestat un principiu juridic¹⁸, fundamentat, printre altele, pe caracterul său general aplicabil, pe valorile sociale pe care le transpune în practică. Caracterul de principiu al bunei-credințe recunoaște posibilitatea acesteia de a completa și suplini legea și voința părților unde este cazul, iar în fața instanței aceasta îmbracă forma unui instrument de interpretare a actelor juridice.

În contextul Codului civil anterior, doctrinei i-a revenit sarcina de a contura și dezvolta înțelesul și rolul conceptului de bună-credință. Astfel, doctrina a căutat diverse soluții pentru fundamentarea bunei-credințe. În acest sens, autorii Petre Anca și Maria Ioana Eremia¹⁹ au promovat teza conform căreia, în lipsa unui text

¹⁴ D. Gherasim, *op.cit.*, p. 28.

¹⁵ *Idem.*

¹⁶ D. Gherasim, *op.cit.*, p. 25.

¹⁷ *Idem.*

¹⁸ N. Popa, M. C. Eremia, *Teoria generală a dreptului*, Editura All Beck, București, 2005, p. 35.

¹⁹ Petre Anca, Maria Ioana Eremia, *Efectele juridice ale bunei-credințe în dreptul civil*, Justiția Nouă nr. 12/1965, p. 31.



expres, așa-numitul reazem legal al aplicării bunei-credințe îl reprezenta art. 1 din Decretul nr. 31/1954 conform căruia „drepturile civile sunt recunoscute potrivit legii și regulilor de conviețuire socialistă”. Această din urmă expresie a avut la baza ideea că regulile de conviețuire socialistă sunt chemate să determine situațiile în care urmează să se facă aplicarea bunei-credințe în ceea ce privește recunoașterea drepturilor socialiste. În esență, acest text, împreună cu interpretarea autorilor, reprezintă cel mult o consfințire, nu în mod obligatoriu, dar o consacrare, indirectă care permitea o posibilă aplicare a principiului bunei-credințe în limitele determinate de regulile conviețuirii socialiste.

În mod practic s-a urmărit structurarea argumentării de așa natură ca buna-credința să fie privită cel puțin pentru început ca fiind o normă deschisă de natură să faciliteze aplicarea regulilor generale de drept unor situații particulare. Anticipând, oarecum, că viitoarea legiuire va recunoaște evoluția importanței acestui concept, autorii au apărut posibilă consacrare a acestui principiu argumentând că aceasta nu este incompatibilă cu dispozițiile speciale, anterioare și nici cu cele speciale, ulterioare. O reglementare expresă ar fi fost binevenită pentru a înlătura din incertitudinea asociată cu aplicarea acestui principiu ca urmare a marjei de apreciere foarte largi oferite instanței, în condițiile legislației anterioare²⁰.

Așadar, opinia acestor autori fiind una de referință, s-a dovedit în mod clar că buna-credință era un concept, deși cunoscut, mai degrabă nou-întâlnit raportat la pregnanța acestuia în practică. Sintetizând întreaga dezbateră a originii și a conținutului acesteia, autorii au definit buna-credință ca fiind „convingerea greșită pe care o persoană o are cu privire la temeinicia dreptului pe care îl invocă sau exercită și de care legea ține seama, pentru a-i recunoaște fie dreptul însuși, fie numai alte efecte juridice”²¹.

Doctrina juridică ulterioară ne-a oferit o definiție sintetică a bunei-credințe, așa cum a fost enunțată de către Constantin Opreșan și conform căruia, „Buna-credință poate fi concepută ca o stare psihologică a unui subiect de drept considerat individual, stare care implică o anumită activitate a individului sau o atitudine pur intelectuală de ignorare sau eroare care poate fi apreciată etic și pe baza căreia plecând de la o normă de drept, să se poată declanșa efecte juridice”²².

De-a lungul timpului una dintre cele mai respectate și des citate opinii a fost cea enunțată de către Dimitrie Gherasim în lucrarea “Buna-credință în raporturile juridice civile”²³, lucrare în care autorul și-a menținut rezervele în a defini sintetic buna-credință și a procedat spre a ilustra laturile și funcțiile conceptului, susținând

²⁰ L. T. Paveliu, *op. cit.*, p. 171.

²¹ P. Anca, M. I. Eremia, *op. cit.*, p. 52.

²² C. Opreșan, Elementul de morală în conceptul de bună-credință, în S.C.J. nr. 1/1970, p. 50.

²³ D. Gherasim, *op. cit.*, p. 34.



astfel că „prin această manieră analitică putem găsi puncte comune ale aplicației bunei-credințe, nu numai în diversele aplicații în dreptul civil, ci și alte sisteme de drept unde buna-credință este fundamentată pe alte teorii”.

Într-o lucrare recentă²⁴ care tratează schimbările survenite cu prilejul intrării în vigoare a actualului Cod civil, Marilena Uliescu descrie buna-credință ca fiind „o noțiune complexă, ale cărei elemente componente, care nu sunt mereu prezente în diferitele aplicații ale acesteia, sunt în principal: intenția dreaptă, diligența, liceitatea și abținerea de la cauzarea unui prejudiciu, care se manifestă în raporturile juridice sub forma (i) activității oneste, loiale și de totală încredere reciprocă la încheierea actelor juridice în general și (ii) credința eronată și scuzabilă protejată ca atare de lege.

Printre principalele obligații se regăsesc: înscrierea în registrul de comerț, ținerea unei evidențe privind derularea afacerilor, efectuarea unor acte de publicitate privind bilanțul, lichidarea (falimentul) afacerii etc.²⁵ Dar cea mai importantă reglementare care statornicește desfășurarea raporturilor juridice de dreptul afacerilor, ni se pare cea inserată, în mod repetat, în noul Cod civil, și anume buna-credință. „Orice persoană fizică sau persoană juridică trebuie să își exercite drepturile și să își execute obligațiile civile cu bună-credință, în acord cu ordinea publică și bunele moravuri. Buna-credință se prezumă până la proba contrară”²⁶. Părțile sunt libere să încheie orice contracte și să determine conținutul acestora, în limitele impuse de lege, de ordinea publică și de bunele moravuri”²⁷, „Părțile au libertatea inițierii, desfășurării și ruperii negocierilor și nu pot fi ținute răspunzătoare pentru eșecul acestora. Partea care se angajează într-o negociere este ținută să respecte exigențele bunei-credințe. Părțile nu pot conveni limitarea sau excluderea acestei obligații. Este contrară exigențelor bunei-credințe, între altele, conduita părții care inițiază sau continuă negocieri fără intenția de a încheia contractul. Partea care inițiază, continuă sau rupe negocierile contrar bunei-credințe răspunde pentru prejudiciul cauzat celeilalte părți. Pentru stabilirea acestui prejudiciu se va ține seama de cheltuielile angajate în vederea negocierilor, de renunțarea de către cealaltă parte la alte oferte și de orice împrejurări asemănătoare”²⁸.

Buna-credință nu este numai o obligație civilă, ci și un principiu al dreptului comercial, alături de cele privind libertatea comerțului, concurența loială, egalitatea juridică a părților și libertatea convențiilor consacrate în literatura de

²⁴ Marilena Uliescu, *Buna credință în noul Cod civil*, Justiție, stat de drept și cultură juridică, Universul Juridic, București, 2011, pp. 362-365.

²⁵ Dumitru Mazilu, *Dreptul comerțului internațional*, Partea generală, Editura Lumina lex, București, 1999, p. 165.

²⁶ Art. 14.

²⁷ Art. 1.169.

²⁸ Art. 1.183.



specialitate²⁹, principiu aflat și în dezbaterile Organizației Mondiale a Comerțului și Comisiei Națiunilor Unite pentru Drept Comercial Internațional, care au subliniat importanța pe care acesta o are în finalizarea schimburilor de mărfuri și servicii în condiții reciproc avantajoase.

La dezbaterile Comisiei Națiunilor Unite de Drept Comercial Internațional, cu sediul la Viena, au fost făcute două afirmații care au stârnit interes, fiind îndelung comentate. Prima se referea la „insistența fără precedent asupra bunei-credințe, frecvența ei tot mai mare în textele elaborate și invocarea ei în practica relațiilor comerciale, ceea ce nu demonstrează că a crescut gradul în care este respectată, ci, dimpotrivă, că este tot mai puțin respectată și, nu de puține ori, încălcată cu brutalitate, motiv pentru care s-a considerat că este necesară nu numai stipularea ei în texte, ci, îndeosebi, adoptarea de măsuri practice de aplicare. A doua remarcă a exprimat surprinderea și nedumerirea că la București, prin reglementările intrate în vigoare la 10 octombrie 2011, contractele comerciale au fost eliminate; secțiunile comerciale ale instanțelor de judecată au fost desființate, iar dreptul comercial a fost „topit” în niște reglementări civile. Asemenea măsuri reprezintă cel puțin o eroare, în condițiile în care dreptul comercial este o ramură modernă a sistemului de drept, iar relațiile comerciale constituie cea mai dinamică componentă a dreptului internațional contemporan³⁰.

Și în literatura română de specialitate s-au acordat și se acordă spații largi principiului bunei-credințe, atrăgându-se atenția asupra valențelor sale nu numai morale, ci și juridice, subliniindu-se că „dorința de îmbogățire poate fi înțeleasă, dar că reaua-credință în tranzacții trebuie descurajată și eliminată, dreptul afacerilor trebuind să garanteze desfășurarea raporturilor comerciale, a competiției firești între comercianți, pe baza regulilor dreptului, justiției și echității”³¹.

Așa cum am văzut, buna-credință este în același timp obligație și principiu general care călăuzește atât procesul elaborării normelor dreptului afacerilor, cât și pe acela al aplicării lor. În normele privind schimburile comerciale internaționale și în contractele privind tranzacțiile în acest domeniu se regăsesc stipulate și răspunderile pentru încălcarea principiului bunei-credințe. Legea română prevede în mod expres măsuri împotriva părții care a acționat cu rea-credință. Astfel, „dacă vânzătorul a vândut cu rea-credință fondul altuia el va fi dator să întoarcă cumpărătorului toate spezele ce va fi făcut, chiar și cele de simplă plăcere”³².

²⁹ D. Mazilu, *op. cit.*, p. 85.

³⁰ Această din urmă remarcă a fost făcută de Domnul Prof. univ. dr. Dumitru Mazilu cu prilejul lansării lucrării sale „*Tratatul privind Dreptul Comerțului Internațional*”, eveniment ce a avut loc la sediul Universității Creștine „Dimitrie Cantemir” din București, în ziua de vineri, 10 februarie 2012.

³¹ D. Mazilu, *op. cit.*, p. 109.

³² Codul civil, art. 1702.



Totodată, „vanzătorul este supus la răspundere pentru viciile ascunse ale lucrului vândut dacă, din cauza acelora lucrul nu este bun de întrebuințat, după destinația sa, sau întrebuințarea sa e atât de micșorată încât de poate presupune că cumpărătorul nu l-ar fi cumpărat, sau nu ar fi dat pe dânsul ceea ce a dat, de i-ar fi cunoscut viciile”³³. În noul Cod civil român sunt stipulate răspunderile pentru acțiunile de rea-credință, ceea ce obligă participanții la schimburile comerciale să aibă o conduită corectă. În unele norme – fără a se califica actele sau faptele comise – rezultă din descrierea lor că sunt de rea-credință, stipulându-se răspunderi concrete pentru ele. Reglementările internaționale definesc faptele de rea-credință și stipulează răspunderi pentru comiterea lor. Așa de pildă, Conferința de la Lisabona din 1958 a introdus în Convenția de la Paris privind concurența neloyală un text care definește acte și fapte de rea-credință: „indicațiile și afirmațiile a căror folosire, în exercitarea comerțului, este susceptibilă să inducă publicul în eroare, în ceea ce privește natura, modul de fabricare, caracteristicile, aptitudinea pentru întrebuințare sau calitatea mărfurilor”³⁴. Se înțelege că – așa cum observa Paul Roubier – asemenea comportamente, ce vădesc reaua-credință a autorilor lor „au fost depistate din experiența raporturilor juridice de comerț internațional. Sancționarea lor s-a dovedit a fi necesară pentru a descuraja reaua-credință și a garanta derularea corectă a contractelor profesioniștilor.

Principiul bunei-credințe este considerat a fi atât de important în relațiile comerciale deoarece – mai mult decât în cazul celorlalte principii – pune în evidență valorile morale ale comportamentului participanților la aceste relații, adăugându-le răspunderilor juridice stipulate în aplicarea sa de către organele competente pentru crearea și aplicarea dreptului afacerilor³⁵.

Desfășurarea activității comerciale în condițiile normale impune obligația pentru fiecare comerciant să acționeze pentru atragerea clientelei, în limitele unei concurențe licite, cu respectarea legii. De asemenea, avem în vedere și obligația legată de reglementarea a regimului matrimonial al soților – regimul dotal, separația de patrimonii – care prin intrarea în vigoare a noului Cod civil, preia, în modalități vechi, realitățile economico-sociale de azi. Prin urmare, cele mai importante obligații ale comercianților – persoane fizice sau juridice – prevăzute în mod expres de lege, sunt:

- desfășurarea raporturilor juridice de drept comercial, cu bună-credință, în limitele unei concurențe loiale;

- înmatricularea în registrul comerțului înainte de începerea activității.

Prin înregistrare se înțelege, potrivit dispozițiilor art. 200 alin. 2 din noul Cod civil, „înscrisura, înmatricularea sau, după caz, orice altă formalitate de publicitate

³³ Codul civil, art. 1672 și urm.

³⁴ D. Mazilu, *op. cit.*, p. 107.

³⁵ *Idem.*



prevăzută de lege, făcută în scopul dobândirii personalității juridice sau al luării în evidență a persoanelor juridice legal înființate, după caz”;

- în cursul exercitării comerțului, să ceară înscrierea în același registru a mențiunilor privind actele și faptele a căror înregistrare este prevăzută de lege³⁶;
- la încetarea comerțului, să ceară radierea din Registrul Comerțului;
- întocmirea registrelor comerciale sau de contabilitate;
- protecția mediului.

Pentru fiecare om de afaceri demnitatea, onoarea, curajul, sinceritatea, cinstea, dreptatea nu constituie numai imperative morale asupra cărora să opteze, ci obligații profesionale a căror încălcare se sancționează. Astfel, aceste norme anterior morale, în acest moment au devenit norme de drept cu caracter juridic.

Chiar dacă normele deontologice specifice oamenilor de afaceri nu sunt cuprinse în mod sintetic într-un cod deontologic, ele se regăsesc consemnate în diferite acte normative interne, iar o altă parte din acestea sunt păstrate și transmise sub formă cutumiară din generații în generații. Principalele norme de conduită în afaceri au fost promovate cutumiar de generația mai în vârstă, tipul specific al acesteia creând uneori stări de conflict moral. Multe exigențe morale s-au înscris în coduri sub forma unor imperative generale (imprecise) cărora li se pot da înțelesuri diverse. Însă cele mai multe din aceste norme morale nu sunt codificate, funcționând încă în domeniul afacerilor, cutume, un amestec de vechi și nou, un „*cod moral la vedere*” de suprafață, cel real fiind „*în spate*”. Toate acestea considerăm că duc la nevoia unor codificări ale normelor etice în domeniul afacerilor.

Responsabilitate și răspundere în afaceri

În calitatea ei de marcă a umanului, responsabilitatea a avut întotdeauna un mare potențial de legitimare. Nu se poate spune același lucru despre alte „mărci”, cum ar fi, de pildă, rațiunea (*homo sapiens*) sau activitatea productivă (*homo faber*). Spre deosebire de acestea, responsabilitatea legitimează în cel mai înalt grad: pentru ca un subiect să fie legitim nu este suficient să fie rațional (câte crime nu s-au înfăptuit "strict rațional" sau în numele Rațiunii?); nu este suficient să fie activ – productiv sau întreprinzător (câte nenorociri nu au avut drept cauză activitatea sau inițiativa iresponsabilă a unuia sau altuia?). În schimb, a fi responsabil aproape că echivalează cu a fi legitim. De aici, imensa valoare socială a responsabilității.

A trăi în societate înseamnă, la urma urmelor, a obține recunoașterea celuiilalt. Încercând să identifice specificul umanității în raport cu animalitatea, Hegel arăta că o ființă este umană numai atunci când umanitatea ei se recunoaște,

³⁶ Art.1 din Legea nr.26/1990 republicată, cu modificările și completările ulterioare.



ca într-o oglindă, în umanitatea altuia. E drept, Hegel o spune într-un limbaj mult prea abstract: "Conștiința-de-sine este în sine și pentru sine atunci când și pentru aceea că ea este în și pentru sine pentru altă conștiință-de-sine; adică ea este doar ca ceva recunoscut" (*Fenomenologia spiritului*).

Recunoașterea este atât de legată de socialitate, încât se poate pune semnul egalității între progresul în umanizare și evoluția formelor de recunoaștere. Pe urmele lui Hegel, filosoful american Francis Fukuyama tocmai asta face: rescrie istoria umanității prin prisma "luptei pentru recunoaștere" (*Sfârșitul istoriei și ultimul om*). Dar care este forma cea mai înaltă a recunoașterii, dacă nu legitimitatea? Iată de ce afirmăm că potențialul de legitimare pe care îl are responsabilitatea îi conferă acesteia o imensă valoare socială. Nu credem să mai existe vreo valoare etică la care să ne raportăm, fără ezitare, ca la o valoare socială. În cazul responsabilității, valoarea etică se transformă aproape în proporție de 100% în valoare socială.

Mai mult ca niciodată, în lumea de azi nevoia de legitimare se manifestă ca afirmare a responsabilității sociale. Este valabil atât pentru indivizi, cât și pentru organizații. De ce legitimitatea nu mai poate fi asigurată pe alte căi? Vom vedea în cele ce urmează că legitimarea indirectă, prin intermediul marilor ideologii, nu mai funcționează. Locul ei este luat de legitimarea directă, de acțiunile prin care o persoană sau o organizație dovedește că este responsabilă – altfel spus, că se simte obligată față de soarta semenilor și față de viitor – în cuvintele lui Hans Jonas, că are obligații și față de "ființe care încă nu există" (*Principiul responsabilitate*, 1979).

Avem de-a face tot cu o ideologie? Desigur! Noutatea fundamentală este că această ideologie nu mai coboară din "cerul tradiției culturale", cum plastic se exprimă Habermas (*Probleme de legitimitate în capitalismul târziu*); ea este produsă de fiecare subiect în parte – în cazul nostru, de fiecare organizație. Etica unei organizații din lumea noastră (de la filosofia corporatistă până la codurile etice corporatiste) nu mai este una de tip kantian, care coboară de la universal spre particular; ea va fi, de fiecare dată, un produs local – sau, ca să ne exprimăm mai clar, o "specialitate a casei". Sarcina ei cea mai dificilă este să urce de la particular la universal, adică să ofere indivizilor încorporați un Sens al Vieții.

În strânsă legătură cu conceptul de responsabilitate în exercitarea profesiei se află cel de responsabilizare, relația răspundere-responsabilizare fiind una extrem de complexă, incluzând guvernării aleși, administrația publică și populația. Complexitatea sa este determinată de necesitatea ca oamenii de afaceri, ce compun comunitatea de afaceri, să fie în mod simultan împuterniciți (prin atribuirea răspunderii) și constrânși (prin mecanismele responsabilizării) la a-și îndeplini obligațiile specifice și la a obține rezultatele scontate prin activitatea ce o desfășoară.



Dintr-o perspectivă generală, conceptul de responsabilizare desemnează obligația de a răspunde pentru modul de executare a responsabilităților asumate în exercitarea îndatoririlor.

Răspunderea se referă la totalitatea competențelor acordate în mod condiționat oamenilor de afacerii pentru a-și realiza scopurile propuse.

Relația răspundere-responsabilizare este importantă pentru o bună conviețuire deoarece permite evaluarea eficienței cu care administrația publică asigură desfășurarea activității întreprinzătorilor la potențialul maxim, valorizează furnizarea produselor și serviciilor, însuflă încredere în calitatea acestora și responsabilizare pentru comunitatea deservită.

Responsabilitatea socială a corporațiilor reprezintă conceptul conform căruia afacerile contează pentru mai multi, nu doar pentru proprietarii lor. Argumentul este că, fiind atât de puternice, corporațiile au datoria să-și asume responsabilități sociale. Corporațiile, deținătoare a unor branduri de succes, trebuie conduse în beneficiul tuturor celor având interese în respectivele firme (*stakeholders*): clienții lor, furnizorii, angajații și comunitățile locale, la fel ca și față de proprietari. Conducerea corporației este încărcată cu o responsabilitate bazată pe credibilitate, față de toți cei implicați. Asta înseamnă că responsabilitatea socială a corporațiilor se află în strânsă legătură cu managementul brandurilor corporatiste, iar într-o lume care devine tot mai transparentă și deschisă, o corporație nu se mai poate ascunde în spatele brandurilor ei și soluția nu este decât una singură: sprijinirea societății civile în efortul său de democratizare și responsabilizare civică.

Numai că există încă serioase probleme legate de percepția asupra rolului pe care ar trebui să-l joace societatea civilă, precum și a responsabilității sociale a corporațiilor, care nu au conștientizat încă faptul că un brand de succes se poate construi și susține numai printr-o politică coerentă și responsabilă în raport cu actorii societății civile.

Ce este societatea civilă? Un concept confuz încă în mintea corporațiilor! Organizațiile societății civile sunt, într-un anumit sens, autonome în raport cu statul, reprezentând o multitudine de centre de putere, un sistem al puterilor nonstatale. Aceste forme de asociere realizate pe plan național sau local, având obiective politice, profesionale, culturale, religioase, morale, reprezintă nu numai cadrul de manifestare a drepturilor cetățenilor, ci și o contrapondere în raport cu forța statului sau diversele combinații de interese ale instituțiilor politice oficiale. De aceea, putem considera societatea civilă ca fiind ansamblul formelor organizatorice nestatale, fundamentate pe dreptul constituțional de liberă asociere, prin care se exprimă public și se încearcă promovarea în comun a unor interese specifice, economice, sociale, culturale, informaționale, educative, profesionale.

Și totuși, în cazul încălcării grave a normelor de drept intervine răspunderea, chiar cea mai gravă, penală, care potrivit unei părți însemnate a doctrinei, se



constituie într-un veritabil drept penal al afacerilor. Cine răspunde pentru derularea afacerilor militare ilicite? Pot fi dreptul și justiția mijloace de prevenție și apoi de sancționare a comportamentului ilicit în afacerile militare? În opinia noastră dreptul forței trebuie înlocuit imediat cu forța dreptului. Nu numai statele mari și puternice să facă dreptul, iar cei mici și neputincioși să-l aplice!

Iată de ce, vom vorbi în ultima parte a articolului despre rolul și importanța dreptului într-o lume de afaceri, inclusiv cele militare, din ce în ce mai globalizată.

BIBLIOGRAFIE

1. TOFFLER Alvin și Heidi, *Război și antirăzboi*, Editura Antet, 2000.
2. FRUNZETI Teodor, *Soluționarea crizelor internaționale*, Editura Institutul European, Iași, 2006.
3. BRAILLARD Philippe et MASPOLI Gianluca, *La révolution dans les affaires militaires, – paradigms stratégiques, limites et illusions*, <http://www.diplomate.gouv.fr>
4. JOXE Alain, *Révolution dans les Affaires Militaires*, <http://www.ehess.fr>
5. ARISTOTEL, *Etica nicomahică*, Editura Antet, Prahova, 2008.
6. BAIER K., *Egoismul*, în *Tratat de etică*, Editura Singer P., Editura Polirom, București, 2006.
7. BAUMHART R., *How Ethical are Businessmen?*, Harvard Business Review, 39 (4), 1961.
8. BOWIE N., *Business Ethics, a Kantian Perspective*, Blackwell Publishing, 1999.
9. BOWIE N. și DUSKA R. *Business Ethics*, Second Edition, Prentice Hall Inc., New Jersey, 1990.

