



Dreptul la informare al consumatorului de servicii bancare

Andreea-Mădălina Stănescu-Sas

Dreptul la informare al consumatorului de servicii bancare

Universul Juridic
București
-2026-

Prefață

Aveți în față o carte provocatoare, vast documentată, despre informarea consumatorilor, privită sub aspect sociologic, psihologic, filosofic și, desigur, pentru că este o carte de profil, sub aspect juridic.

Suntem într-un univers inegalitar, în care consumatorul, partea slabă a raportului juridic, este într-o postură dezavantajoasă din punct de vedere economic, tehnic (informativ), juridic, precum și din punctul de vedere al timpului pe care îl are la dispoziție pentru a-și forma un consimțământ informat, deci, rațional, liber și pe picior de egalitate în drepturi cu comerciantul (partea tare a raportului juridic). Resorturile psihologice, sociologice și chiar filosofice ale faptului economic la care luăm parte în fiecare clipă a existenței noastre sunt esențiale pentru un comportament contractual adecvat, pentru adaptare și chiar supraviețuire în lumea cinică, alunecoasă, deseori injustă, din care facem parte.

Dreptul consumatorului la informare și, corelativ, obligația de informare care incumbă comerciantului nu sunt cadouri făcute de lege sau de instanțe consumatorului.

În lipsa unei reale informări a consumatorului, comerciantul nu are parte de contracte calitative, reziliente în timp, ci de rebuturi juridice și probleme de imagine, plângeri, revoltă sau procese. O reală și completă informare a consumatorului îl poate feri pe comerciant de rebuturi contractuale și de problemele aferente, permițându-i să își continue afacerea și să spere la profit.

În caz de dezinformare, consumatorul va avea un comportament contractual deviat – va asuma obligații pe care, în mod natural, nu le-ar accepta. Iar dezinformarea comercială, agresivitatea comercianților, abuzul lor de putere economică sunt la tot pasul. Așa cum spuneau laureații premiului Nobel pentru economie, Akerlof și Schiller (în cartea *Phishing for Phools*), capcanele comerciale sunt atât de frecvente încât nimeni, oricât de atent și de sofisticat educat, nu le poate evita. Date fiind aceste capcane ubicui, cumpărăm lucruri de care nu avem nevoie cu banii pe care nu îi avem, pentru a impresiona oamenii care nu ne plac. De aici, probleme pentru comerciant, în special comercianții care se bazează pe vânzări în volum foarte mari, cum sunt băncile – probleme juridice, de imagine, de tip economic și sociologic și chiar politic.

Și mai îngrijorător este că, în ciuda normelor din Codul civil, care ne prezintă contractul ca act rațional de voință liberă, în realitatea economică rar se întâmplă ca un contract dintre un consumator și un comerciant să fie negociat – contractele de adeziune sunt prezumate a nu fi rezultatul unei negocieri, ci a unei adeziuni fără rezerve la o ofertă de contractare, iar contracte forțate nu conțin nicio voință a consumatorului, ele doar trebuie semnate pentru ca un produs sau un serviciu să fie achiziționat de consumator. Marea majoritate a achizițiilor pe care le facem sunt *oligo-raționale*, adică stereotipice, bazate cel mult pe judecăți euristice, simplificate etc. O cantitate enormă de angajamente pe care ni le luăm, cu sau fără conștiința faptului că ne asumăm obligații, sunt *iraționale* (achiziționăm din frică, din imitație, din sub impactul efectului de halo sau al misterului). În psihologie și neurologie, se acceptă că mai mult de 90% din achizițiile noastre sunt oligo- sau iraționale.

De aceea, dreptul la informare, avându-l ca titular pe consumator, și obligația corelativă de informare, avându-l ca debitor pe comerciant, sunt absolut esențiale pentru o societate care vrea să supraviețuiască și care prețuiește pacea socială.

Iar lucrurile sunt cu atât mai acut evidente, din acest punct de vedere, în privința relațiilor consumatorilor cu băncile, care reprezintă tema centrală a cărții de față.

În aceste condiții, a vedea cât de irațional este condusă dezbateră publică de azi, care se concentrează pe „dezinformarea” din online, analizată din perspectivă ideologică și politică, cu ignorarea aproape totală și ostentativă a dezinformării reale și nocive care se derulează sub ochii noștri în raporturile juridice și economice dintre consumatori și comercianți, este un adevărat șoc civilizațional. Polițiștii adevărului oficial (auto-intitulați „verificatori ai faptelor”) sunt plătiți din bani publici pentru a se asigura că informația care circulă pe platformele digitale și pe rețelele de socializare este strict conformă cu adevărul oficial, conformitatea informației cu faptele și informarea corectă, completă și precisă a consumatorilor nefiind o preocupare a furnizorilor și a polițiștilor adevărului oficial. Este o interpretare complet contorsionată care se dă Regulamentului Serviciilor Digitale (DSA, Digital Services Act), dublată de un abandon aproape total al reglementărilor UE în domeniul (dez)informării consumatorilor.

Cercetarea științifică a dreptului la informare al consumatorului de servicii bancare, subiectul acestei cărți, este o premieră în domeniu. Nu există, până în prezent, o monografie dedicată dreptului la informare al consumatorului de servicii bancare, o piață complexă, de o tehnicitate ridicată, dominată de comercianți monopolști care sunt nu doar actori economici majori, ci și influențeri politici și sociologici atât de pregnanți încât realitatea „se curbează” sub impactul lor gravitațional.

Cartea de față ne trece prin elemente de filosofie (un accent important este pus, de exemplu, pe lucrarea lui Aristotel, *Etica Nicomahică*, unde este evocată ideea de dobândă la împrumuturi), psihologie comportamentală (preferința autoarei este pentru teoria lui Richard Thaler și a lui Cass Sunstein, expusă în cartea *The Nudge*, adică *Ghiontul*) și chiar de religie (datoria și dobânda au primit o atenție deosebită în Biblie, mai ales sub forma *Shmitei*, legea evreiască antică a iertării de datorie la fiecare 7 ani).

Desigur, sunt precizări terminologice relative la consumatorul de servicii bancare, bancă, credit, dreptul la și, respectiv, obligația de informare.

Autoarea ne oferă o teorie a informării, din punct de vedere „static” și „dinamic”, o serie de exemple practice și de spețe cu caracter de precedent judiciar, o critică a legislației și a politicilor publice în acest domeniu al (dez)informării, precum și propuneri de completare, ajustare sau corectare a ceea ce se află în fondul legislativ și jurisprudențial, la nivel național sau la nivelul Uniunii Europene.

La final, trebuie să fac remarcată substanța echilibrată a discursului acestei cărți și diversitatea opiniilor prezentate, precum și obiectivitatea autoarei în prezentarea nivelului actual de echitate și de dreptate care trebuie să guverneze relația juridică dintre bancă și consumator, dată fiind inegalitatea lor în fapt, sub aspect economic și informațional.

Prof. univ. dr. **Gheorghe PIPEREA**

PARTEA I

ELEMENTE DE FILOSOFIE A INFORMĂRII

Capitolul I

Etica informării

Obiectivele și structura capitolului

Etica informării tratează două aspecte: pe de o parte care sunt motivațiile etice, *de ce* este bine, sau drept, corect, echitabil ca cel care deține informația să o comunice celui care nu o deține dar are nevoie de ea, iar acesta din urmă să fie îndreptățit să o primească de la cel dintâi, și, pe de altă parte, *cum* este bine, drept, corect, echitabil și moral să fie realizată informarea, respectiv să fie exercitat dreptul la informare. Deci, capitolul trebuie să răspundă întrebărilor: *de ce există*, din punct de vedere etic, dreptul la informare, respectiv obligația de informare, și *cum trebuie să fie îndeplinită* din punct de vedere etic aceasta, respectiv *cum trebuie să fie exercitat* dreptul la informare al consumatorului.

Obiectivele capitolului se referă la identificarea și analizarea *motivelor* de natură etică pentru care există obligația de informare, deci pentru care cineva care deține o informație ar trebui să o comunice altcuiva care nu o deține, dar are nevoie de ea, și care sunt *modalitățile*, ce țin de bine și de dreptate, în care trebuie să fie îndeplinită obligația de informare.

Capitolul este structurat în trei secțiuni: prima, cuprinzând considerații privind domeniul eticii ce prezintă relevanță în domeniul informării, cea de-a doua privind principiile, valorile și virtuțile la care se raportează etica informării, așadar, aspecte substanțiale vizând etica informării, și cea de-a treia privind etica în activitatea economică.

Secțiunea I. Etică și informare

Subsecțiunea I. Etica și dreptul

► §1. Importanța abordării dimensiunii etice în analizarea instituțiilor juridice, în general, și a instituției informării, în special

Regăsirea argumentului de natură etică în explicarea principiilor, conceptelor și instituțiilor juridice este absolut firească, o eventuală încercare de excludere a acestei perspective în favoarea, de exemplu, a unei abordări exclusiv logice fiind, deși poate nu imposibilă, oricum de natură a lăsa oarecum incompletă sau mai săracă șansa înțelegerii efective a noțiunilor – principii, concepte, instituții. Perspectiva etică nu vulnerabilizează argumentația, nu o face mai puțin riguroasă, nu îi conferă caracter relativ sau frivol. Profesioniștii dreptului nu ar trebui să se ferească de o analiză serioasă a conceptelor și a instituțiilor juridice și din perspectiva eticii, rezultatele acestei analize, de altfel riguroase și critice, trebuind să fie comparate și cu rezultatele obținute în urma altor tipuri de abordări, cum ar fi cea din perspectiva logică.

Într-o lucrare clasică s-a spus că „știința eticii mă va consola întotdeauna pentru ignorarea științelor fizice”³. Afirmția sugerează că etica este bună prin ea însăși. În plus, etica este considerată, în această abordare, ca fiind știință, presupunând reguli specifice, principii și implicând existența unor mijloace de verificare. Etica este instrumentul care ar putea indica individului care este cea mai corectă cale de urmat din punct de vedere moral, chiar și atunci când nu s-ar baza pe informații științifice. Prin etică, omul se poate proteja moral, neexpunându-se riscului de a acționa în contra ideii de bine și de dreptate. Simțul etic sau „bunul-simț” este totodată indispensabil în clădirea unor instituții juridice eficiente și în luarea unei decizii corecte.

Etica reprezintă fundamentul ideologic al dreptului, substratul etic însoțind orice problemă de drept.

Interesul realizării unui demers științific obiectiv și exact impune explicarea încă de la început a importanței înțelegerii scopului creării dreptului, ca ansamblu de principii și norme de reglare a conduitei oamenilor în societate. Dincolo de impunerea ordinii, scopul dreptului îl reprezintă, astfel, alinierea conduitei indivizilor potrivit unor reguli ce materializează idei abstracte, subsumate unor principii universale umane ce țin de bine, de corectitudine, de dreptate, de echitate, de datorie. Această aliniere a conduitei oamenilor se realizează prin crearea de norme de drept. Pentru ca analiza oricăror norme de drept să fie cât mai realistă și mai riguroasă, este imperios necesar să nu se piardă din vedere fundamentul comun al oricărei legi, norme juridice, și anume etica și legile ei. Etica reprezintă baza, motivul, dar și scopul dreptului, iar o normă de drept contrară eticii nu poate avea legitimitate.

Dreptul se subordonează eticii, nefiind normal ca el să se opună principiilor acesteia. Dreptul a fost creat pentru a răspunde cerințelor eticii și pentru a crea cadrul normativ și instituțional pentru materializarea cerințelor eticii. Principiul conducător este cel etic, iar dreptul reprezintă doar un instrument, având legitimitate doar atât timp cât ar răspunde scopului pentru care a fost creat. Dreptul trebuie să răspundă întotdeauna, prin normele sale, ideii de dreptate și principiilor realizării acesteia. Dreptul nu trebuie să fie subordonat unor anumiți indivizi sau categorii de indivizi și nici unor anumite interese particulare, ci ideii de bine, de dreptate, de corectitudine și de adevăr. Dreptul are rolul de a prezerva convingerile etice ale omului, de a nu trăda idealul de a înfăptui dreptatea. Norma juridică nu trebuie niciodată să trădeze individul corect, nu trebuie să-l plaseze pe același loc cu cel incorect sau dispus să trișeze și nici nu trebuie să îi arate celui corect că ar putea avea chiar de pierdut ca urmare a corectitudinii sale. Atunci când Dreptul trădează Etica, își pierde legitimitatea.

Etica, ca ramură a filosofiei, reunește un set de reguli creat de oameni pentru a încerca să pună ordine într-o lume de haos, aparent fără vreun sens, pentru ca indivizii să se convingă pe ei înșiși că lumea în care trăiesc poate și este bine să fie guvernată de dreptate, de ideea de bine. Etica dă încredere omului: încredere în ceilalți, încredere în societate și chiar încredere în sine. Îl face să creadă cu tărie că merită să fie bun, să se comporte corect și că cei care nu sunt corecți vor avea de pierdut. Etica îi induce individului sentimentul mândriei de a fi corect. O lume viabilă nu poate fi clădită, fundamentată decât pe ideea de etică. Ideea de societate se bazează pe etică.

Deși inventată de oameni, neregăsindu-se materializată în natură, fiind o reprezentare abstractă a unui ansamblu de principii și concepte, Etica există în măsura înțelegerii umane a ideii de bine, de dreptate, de corectitudine. Pentru că această „înțelegere umană” reprezintă rezultanta multiplelor convingeri individuale consolidate de-a lungul istoriei și influențate în permanență de modificările sociale și culturale, chiar și etica ajunge să apară ca fiind negociabilă, anumite concepte ale sale căpătând valențe noi sau suferind modificări, dar își păstrează nucleul fundamental, de esență directoare pentru formarea dreptului.

³ Blaise Pascal, *op. cit.*, pct. 67 teza II („Vanitatea științelor”), p. 32.

Problema mai sensibilă este cea a stabilirii nivelului până la care principiile etice pot fi impuse, răspunzând la întrebarea dacă încercarea de a imagina o lume perfectă nu cumva poate duce, de la un anumit nivel încolo, la o lume totalitară. De aici rezultă necesitatea abordării echilibrate, moderate chiar, a frumoasei și perfect legitimei teme a eticii, pentru că întotdeauna exagerarea și abordarea greșită pot duce la denaturarea, la pervertirea oricărui demers bine-intenționat de îmbunătățire.

Cu privire la criteriul de verificare a gradului de compatibilitate, de „corespondere” a instituțiilor juridice cu normele și principiile etice, trebuie verificat în ce măsură reglementarea unei instituții juridice, cum este cea a informării, este realizată cu respectarea principiilor eticii, respectiv dacă instituția dreptului consumatorului la informare și a obligației comerciantului de a informa sunt consfințite, respectiv impuse, în acord cu principiile de etică. Trebuie identificate motivele de natură etică, ce țin de bine și de dreptate, pentru care este consfințit dreptul consumatorului la informare, respectiv pentru care este impusă obligația comerciantului de a îl informa, precum și în ce fel este bine sau drept să fie exercitat dreptul la informare de către consumator și să fie îndeplinită obligația corelativă a comerciantului de a-l informa. Trebuie, astfel, să se determine de ce este etic să existe dreptul și obligația de informare, cum este etic să fie consfințit dreptul la informare, cum este etic să fie impusă obligația de informare.

► §2. Raportul dintre Etică, Drept și Morală. Caracterul practic al eticii

În vreme ce, în psihologie, s-a definit cuvântul „etic” ca fiind „[d]enumire dată moralei sau aspectelor ce privesc morala”⁴, în lucrări de filosofie juridică s-a arătat că Etica, înțelesă în sensul său larg, desemnează „Filosofia practică”, încorporând și „Filosofia dreptului”, pe lângă „Filosofia morală”⁵. S-a apreciat că „dreptul constituie *Etica obiectivă*, morala, în schimb, *Etica subiectivă*”⁶.

Un aspect deosebit de important în explicarea importanței și a locului pe care îl ocupă etica în raport cu dreptul și cu instituțiile sale este sublinierea complexității eticii și mai ales identificarea eticii cu latura practică a filosofiei. Consider că tocmai acest aspect este de natură să descurajeze eventualele argumente de punere la îndoială sau chiar de contestare a importanței abordării din perspectivă etică a unei instituții de drept sub pretextul că etica s-ar situa la un nivel mult prea abstract, fragil și eminent moral, pentru a furniza argumente hotărâtoare în realitatea dură a practicii.

Această precizare lămuritoare cu privire la identificarea Eticii cu Filosofia practică este foarte utilă, deoarece, după cum voi arăta, etica este în mod fundamental legată de practică, motiv pentru care înțelegerea ei aprofundată este obligatorie ori de câte ori se întreprinde o analiză a unei instituții de drept.

O altă subliniere importantă este aceea că filosofia dreptului face parte din filosofia practică, iar dreptul face parte din Etică și reprezintă, alături de morală, o latură a acesteia. Etica nu are sens decât într-o abordare practică, în mod normal, viața oamenilor

⁴ Emil Verza, în Ursula Șchiopu (coordonator), Tinca Crețu, Rodica Demetrescu, Mihai Golu, George Ionescu, Cătălin Mamali, Pavel Mureșan, Adrian Neculau, Grigore Nicola, Petre Pufan, Ursula Șchiopu, Stela Teodorescu, Emil Verza, *Dicționar (enciclopedic) de psihologie*, Ed. Babel, București, 1997, p. 274.

⁵ Giorgio del Vecchio, *Lecții de filosofie juridică*, trad. de Josif Constantin Drăgan, după ed. 4 a textului italian, Ed. Europa Nova, București, 1995, p. 27. *Ibidem* – „Filosofia practică studiază primele principii ale acțiunii”.

⁶ *Idem*, p. 204.