

ETICĂ APLICATĂ

CONSIDERAȚII PRIVIND NATURA ȘI ROLUL CODURILOR DE ETICĂ ȘI DEONTOLOGICE

ȘTEFAN-DOMINIC GEORGESCU

Institutul de Filosofie și Psihologie „Constantin Rădulescu-Motru” al Academiei Române
Academia de Studii Economice din București

Remarks Regarding the Nature and Role of Ethical and Professional Codes.

The paper debates upon some aspects of ethical and/or professional codes and sustains that they have an important role in redefining ethics and reconsidering the nature of the morality bearer. Last but not least, the point is that these codes are a powerful tool in the hands of decision makers, which enables them to reshape the social role of businesses, professional branches, and institutions.

Keywords: code of ethics; professional code; stakeholder; business ethics; social responsibility.

Ultimele decenii au adus reconsiderări semnificative ale rolului eticii aplicate, fapt care s-a manifestat atât în sectorul public, cât și în cel privat, și sub forma unui interes sporit pentru codurile de etică și cele deontologice. Însă, ca și în cazul altor concepte și teorii filosofice coborâte în realitatea cotidiană, această creștere a relevanței codurilor nu a fost, întotdeauna, însoțită și de clarificările necesare înțelegerii, elaborării și aplicării corecte a acestora¹. În ce măsură decidenții sociali au recurs la specialiști în filosofie pentru realizarea codurilor de etică și deontologice este destul de dificil de stabilit și, în bună măsură, irelevant pentru cercetarea de față. Dincolo de această problemă, în istoria filosofiei se regăsesc destule situații care să arate că, pe de o parte, unele dintre cele mai grave greșeli s-au datorat lipsei de claritate a unor concepte și că, pe de altă parte, clarificările suplimentare nu au fost niciodată dăunătoare, ba mai mult, la un anumit interval de timp, reconsiderările unor concepte și teorii servesc adaptării acestora la evoluția cunoașterii.

Notorietatea unui concept nu aduce neapărat și mai buna sa înțelegere². În plus, multitudinea de interpretări posibile ale ideilor filosofice poate apărea, în

¹ De pildă, o distincție subtilă – de natură – este aceea dintre codul de etică și cel de conduită, chiar dacă, la prima vedere și într-o interpretare populară, acestea nu ar diferi prea mult. Vezi Colin Fisher, Alan Lovell, *Business Ethics and Values*, second edition, Prentice Hall, Harlow, 2006, p. 382 și urm.

² În legătură cu problema distincției între codul de etică și codul de conduită, uneori se constată situații în care se renunță la termenii adecvați, fapt care arată cel puțin pericolul înțelegerii greșite a naturii acestei probleme. Vezi și Domènec Melé, *Business Ethics: Europe Versus America*, în Gabriel Flynn (editor), *Issues in Business Ethics 25. Leadership and Business Ethics*, Springer, 2008, p. 16 și urm.

ochii unui nespecialist, drept o dovadă de imaturitate fie a domeniului, fie a celor care se ocupă de acesta. Pe de altă parte, o definiție ultimă a conceptelor de cod etic și cod deontologic – oricât de utilă ar fi pentru cei care doresc să folosească aceste două elemente – este dificil de oferit; de altfel, caracterul deschis al conceptelor filosofice poate fi considerat un loc comun. Totuși, de dragul unei juste și eficiente funcționări, la nivel aplicativ, a acestor coduri, câteva precizări ar fi binevenite.

ELEMENTE DEFINITORII ALE CODURILOR ETICE ȘI DEONTOLOGICE

Între codurile etice și/sau deontologice și alte tipuri de coduri ar fi, mai degrabă, omonimie decât sinonimie, în sens aristotelic. Codurile care fac parte din aceeași familie cu cele etice sau deontologice par a avea în comun faptul că, prin intermediul lor, se reduce – deliberat sau nu – sau chiar se elimină interpretarea – prin excelență subiectivă –, dar și faptul că sunt o sursă de orientare pentru cei cărora ar trebui să li se aplice³. În al doilea rând, ar fi necesare clarificări terminologice, cu ajutorul cărora să se stabilească semnificația codurilor de conduită, codurilor de onoare, codurilor de bune practici, codurilor profesionale și a altor tipuri de coduri utilizate la nivelul agenților economici, precum și relevanța pe care aspectele de natură morală o dețin în elaborarea și funcționarea acestor tipuri de coduri. În al treilea rând, se impune o delimitare clară între codul de etică (dar și alte tipuri de coduri care au o componentă sau un *bias* moral) și celelalte prevederi legislative și regulamentare care funcționează la nivelul agenților economici – scopul fiind acela de a evita transformarea codurilor de etică în colecții de prevederi de aceeași natură cu alte tipuri de prevederi, singura diferență fiind dată de denumire⁴.

Ar fi un loc comun faptul că, la nivel economic, deținătorii de acțiuni (*shareholders*) sau chiar deținătorii de interese (*stakeholders*) se asociază în vederea urmării unui scop comun, pe care îl apreciază, în funcție de așteptările fiecăruia dintre participanți, ca servind intereselor lor, respectiv. Este evident, în acest context, că sunt necesare prevederi legale și/sau formale, care să guverneze relațiile între participanți. Dimensiunile economică și legală ale unei asociații se realizează în virtutea coincidenței de interese a unor indivizi izolați, care rămân astfel pe parcursul desfășurării relațiilor economice și legale care se stabilesc între aceștia. Desigur, imperativele care decurg din acest tip de relații sunt și trebuie să fie atent supravegheate de instanțe exterioare indivizilor, care să impună asupra acestora respectarea angajamentelor asumate – în caz contrar relațiile și atingerea obiectivelor propuse fiind în pericol. Dimensiunea morală, pe de altă parte, presupune o unitate de conștiință, valori, principii, norme etc. Și, implicit, nu doar manifestarea unor interese economice, fundamentate doar pe un calcul al avantajelor (care, pe scurt,

³ *Routledge Encyclopedia of Philosophy*, Version 1.0, London and New York: Routledge (1998), articolele *Absolutism*, *Applied Ethics*.

⁴ O discuție interesantă cu privire la distincția dintre drept și etică se regăsește la James G. Murphy, *People in Business: Context and Character*, în Gabriel Flynn (editor), *op. cit.*, pp. 117, 118, 128 și *passim*.

se poate exprima sub forma înțelegerii, de către fiecare participant, a avantajelor care decurg din asociere, prin comparație cu urmărirea, în mod izolat, a obiectivelor individuale – de altfel, tot un loc comun în filosofia științelor sociale). În plus, este discutabil în ce măsură coincidența intereselor de natură economică, dublată de conștientizarea caracterului superior al asocierii prin comparație cu acțiunea izolată și însoțită de existența normelor de natură legală, poate conduce, chiar și prin evoluția în timp, la apariția unei coincidențe la nivelul principiilor, adică la nivelul conștiinței morale. Pe de altă parte, plasarea moralei ca fundament al activității economice și al reglementărilor legale – mai exact, considerarea activității economice și a regulilor juridice ca provenind din coincidența morală a conștiințelor individuale – îngăduie o mai ușoară înțelegere a legăturii între etică, lege și activitatea economică⁵.

Date fiind aceste considerații, este de la sine înțeles că angajamentele de natură morală trebuie, pe de o parte, să se bazeze pe principii, valori, norme și reguli morale împărtășite, iar, pe de altă parte, codurile de etică sunt expresia acestui tip de relații, fără a juca rolul de restricții sau, probabil, având nuanță punitivă numai în ultimă instanță. Semnificația unui cod etic, în acest context, ar fi aceea că solicită adeziunea rațională la conținutul său, fundamentată pe deliberare și decizie. O justă elaborare, în acest context, a unui cod de etică ar soluționa, în mare măsură, tensiunea dintre subiectiv și obiectiv, în sensul în care prescripțiile cu valoare de obiectivitate pe care le conține ar trebui asumate la nivel subiectiv de participanți; pe de altă parte, prescripțiile unui cod de etică pot fi eminentamente subiective, atâta vreme cât acestea nu fac nedreptate niciunui agent rațional, ceea ce legitimează pretenția de obiectivitate. Mai exact, un participant (deținător de acțiuni sau deținător de interese⁶) ar trebui să aibă motivații subiective pentru a adera la o asociație umană care se orientează după un cod etic cu pretenții de obiectivitate.

Pe de altă parte, codurile de etică și cele deontologice par a fi, în primul rând, expresii ale unui nou tip de moralitate – care presupune faptul că nu numai un agent individual poate fi purtător de moralitate, ci și un agent colectiv⁷; de altfel, aceasta pare a fi și ipoteza de la care pornește orice sistem de etică a afacerilor. În al doilea rând, codul de etică și/sau cel deontologic exprimă în mai mică măsură sau doar în mod secundar pretenții sau exigențe sociale cu privire la modul în care trebuie să se desfășoare activitatea economică și, în mod fundamental, un anumit nivel al conștiinței morale a agentului economic în calitatea sa de agent purtător de moralitate –, aspectul important reprezentându-l, aici, tocmai dispoziția acestui agent de a asuma, în mod voluntar, responsabilități sociale.

⁵ O discuție cu privire la natura considerațiilor etice se regăsește la Donal Dorr, *Alternative Business Ethics: A Challenge for Leadership*, în Gabriel Flynn (editor), *op. cit.*, pp. 211 și urm. Dorr are în vedere chestiunile legate de motivațiile interioare și exterioare (morale și legale, respectiv – n.n. Șt.-D. G.).

⁶ Codul de etică poate cuprinde prevederi și pentru deținătorii de interese care nu sunt acționari, angajați etc. – în funcție de nivelul de implicare socială pe care agentul economic este dispus să și-l asume.

⁷ Remarci foarte pertinente cu privire la ontologia subiacentă eticii afacerilor se găsesc la Dominik Heil, *Issues in Business Ethics. 35. Ontological Fundamentals for Ethical Management*, Springer Dordrecht Heidelberg London New York, 2011, p. 22 și *passim*.

Se poate ridica, în acest context, problema acțiunii voluntare a unui agent rațional colectiv⁸. În mod tradițional – iar acesta este încă un loc comun al dezbaterii filosofice – agentul moral rațional sau purtătorul de moralitate era individul uman. Totuși, semnificația inițială a termenului latin *mos, mores*, precum și cea a termenului grecesc *ethos* trimit la dimensiunea socială, publică sau colectivă a actului moral. Niciunul dintre termeni nu se referă explicit la un imperativ cu pretenții de întemeiere filosofică – adică normativ *stricto sensu* – dar nici nu se rezumă la aspectul descriptiv. Cel mai probabil, termenii inițiali se refereau la ceea ce se face pur și simplu, la ceea ce este evident *per se*, fără necesitatea unei intervenții a vreunei autorități exterioare – desigur, până la o anumită limită, dincolo de care se impunea o astfel de intervenție. Cu alte cuvinte, departe de a lăsa lucrurile la bunul plac al individului, dar și departe de a fi un normativ impus de o instanță exterioară, imperativul moral era un normativ cu origini în conștiințe individuală, dar împărtășit de toți membrii unei comunități morale. La acest tip de imperativ originar fac, de fapt, referire codurile etice și deontologice.

În acest context, se poate observa că imperativul legal consideră individul ca unitate izolată, asupra căreia se exercită, din exterior, anumite forțe – sub forma legilor – menite să împiedice apariția unor disfuncționalități la nivel social. Dimpotrivă, imperativele morale pornesc de la ideea unei comunități voluntare de acțiune, concretizată în principii, valori, norme etc. cu caracter nu numai comun, dar și împărtășit.

Codurile etice și deontologice exprimă, în aceste condiții, asumarea voluntară a unei relevanțe și responsabilități sociale a agentului (în speță, economic) – acestea nefiind în registrul restricțiilor sau imperativelor impuse. De fapt, în cadrul eticii afacerilor, chiar ipoteza care afirmă că unicul purtător de moralitate este agentul individual este pusă în discuție – rolul codurilor etice și deontologice fiind tocmai acela de a arăta care sunt determinantele după care funcționează atât agentul moral individual, cât și cel colectiv.

Date fiind toate aceste aspecte, se pot face câteva precizări cu privire la problema acțiunii voluntare a unui agent moral (în speță, economic). Se poate vorbi, dincolo de orice îndoială, despre voința unui agent moral individual. Din punctul de vedere al unui grup de agenți, însă, realitatea acestei voințe este la fel de pregnantă ca și realitatea voinței grupului ca atare⁹ – în sensul că aceasta poate fi sesizată numai prin efectele pe care le produce. Raportând voințele agenților individuali la voința unui grup, aceasta din urmă – în condițiile în care se acceptă exclusiv realitatea voinței morale individuale – poate fi privită numai ca rezultată

⁸ Pentru o analiză extrem de pertinentă a aspectelor legate de natura „personalității” unui agent economic, vezi Patricia H. Werhane, *Corporate Social Responsibility, Corporate Moral Responsibility, and Systems Thinking: Is There a Difference and the Difference it Makes*, Gabriel Flynn (editor), *op. cit.*, pp. 272–277 și *passim*.

⁹ Gonçalo Jorge Morais da Costa, în *Ethical Issues and Social Dilemmas in Knowledge Management: Organizational Innovation*, Information Science Reference, Hershey, New York, 2011, p. 86, apreciază că organizațiile dobândesc o anumită formă de legitimare morală prin intermediul întrebuințării codurilor de etică.

a voințelor individuale, indiferent care ar fi regula după care acestea se compun. Dacă, însă, se ia ca ipoteză realitatea voinței unui grup, atunci lucrurile pot fi privite și în sens contrar: responsabilitatea individuală este completată cu responsabilitatea pentru acțiunea grupului pe care fiecare agent individual o asumă și pe care o recunoaște ca provenind din manifestarea unei voințe de grup. Aceasta este, de fapt, și ipoteza pe care se întemeiază responsabilitatea socială a unui agent economic, în calitate sa de agent moral. Problema care se ridică, în acest context, este dacă responsabilitatea morală a unui agent moral colectiv se răsfrânge și asupra celor individuali.

La această nouă provocare ar trebui să răspundă o afirmație cu privire la întemeierea căreia orice specialist în domeniul eticii afacerilor ar trebui să facă eforturi. Astfel, recunoașterea existenței persoanelor juridice ar trebui să aibă un corespondent la nivel moral. În aceste condiții, dacă un agent moral are relevanță numai în măsura în care se manifestă prin acțiune (sau abținerea de la acțiune), atunci responsabilitatea morală ar trebui să revină tuturor celor care au, într-un fel sau altul, legătură cu respectiva acțiune. Desigur, spre deosebire de chestiunile de natură legală, în cazul cărora alocarea răspunderii unui agent se face prin atribuirea acesteia de către o instanță socială recunoscută, în cazul moralei se pune problema asumării voluntare a responsabilității. La acest nivel, cu cât disponibilitatea agenților individuali de a-și asuma acțiunile agentului colectiv este mai mare, cu atât consistența și realitatea voinței morale a agentului colectiv sporește. În termenii codurilor etice și deontologice, cu cât sunt, în mai mare măsură, asumate prevederile acestora de către agenții individuali, cu atât capătă un contur mai clar responsabilitatea socială a unei instituții sau profesii.

Se impune, la acest nivel, precizarea – convergentă cu afirmațiile de mai sus privind responsabilitatea morală partajată¹⁰ a tuturor agenților morali care au legătură cu acțiunea unui agent moral cu care stau într-o anumită relație – că dețin responsabilități morale cu privire la acțiunea pe piață a unui agent economic toți deținătorii de interese aferenți acestuia. Cu alte cuvinte, relațiile de interese aduc cu sine relații de natură morală, fie că acestea sunt recunoscute sau nu¹¹. Rolul codurilor etice și deontologice este tocmai acela de a contribui la formarea morală a agenților relevanți în sensul acceptării și asumării voluntare de către aceștia a responsabilităților morale și doar în ultimul rând și impropriu acela de a impune reguli. În acest context, codurile de etică și deontologice sunt, mai degrabă, expresie a unui nivel moral superior al agenților, pe de o parte, și, pe de altă parte, apariția acestora dovedește nu inutilitatea prevederilor legale sau economice (privitoare la respect și maximizarea profitului, respectiv), ci originea și finalitatea morale ale acestora.

¹⁰ Iată ce afirmă Linda Ferell și O.C. Ferell, în *Ethical Business*, DK Publishing, New York, 2009, p. 42: „A successful business ethics program will seek to cultivate shared values within an organization and ensure that staff understand and commit to specific mandated conduct”.

¹¹ Linda Ferell și O.C. Ferell, *op. cit.*, p. 45. consideră că, pentru a elabora un cod de etică adecvat, ar trebui consultate cât mai multe categorii de deținători de interese. O astfel de afirmație extinde, în mod evident, responsabilitatea morală la deținătorii de interese în general.

Ca o concluzie preliminară, codurile de etică și cele deontologice sunt forme ale unui mod superior, din punct de vedere moral, de raportare a agenților economici la societate. Acestea cuprind prevederi care indică faptul că deținătorii de interese aferenți unui anume agent economic asumă sarcina unei unificări a imperativului economic al profitului cu cel moral al responsabilității sociale.

FUNȚIONAREA CODURILOR DE ETICĂ ȘI DEONTOLOGICE

Chiar dacă, terminologic, anumite exigențe cu privire la exprimare pot fi cu ușurință modificate, din punct de vedere conceptual pare să fie absolut necesară o distincție între raportarea morală reciprocă a agenților morali care sunt deținătorii de interese ai aceleiași instituții, pe de o parte, și agenții morali care au aceeași profesie. În primul caz, ar fi de preferat folosirea termenului de „cod de etică” pentru a desemna ansamblul de principii, norme, reguli, valori etc. care orientează activitatea acestor agenți morali economici, în vreme ce, pentru a doua situație ar fi de preferat sintagmele „cod deontologic” sau „cod profesional”. O atenție sporită nu este necesară atunci când vine vorba despre mărcile lingvistice, dar este foarte recomandată atunci când în discuție apar diferențele conceptuale.

Astfel de diferențe devin mai mult decât evidente când este luat în discuție modul de aplicare și funcționare al unui astfel de cod. De pildă, este de notat faptul că, în cazul codurilor de etică, este avută în vedere relația dintre deținătorii de interese afiliați, într-un fel sau altul, aceluiași agent economic, în vreme ce codul deontologic se referă la o profesie și „parcurge” toți agenții economici care recurg la serviciile aferente unei anumite specializări profesionale. Una dintre consecințe – pe lângă multe altele – ar putea fi cea legată de efortul de a reconcilia prevederile unui cod de etică, în cazul căruia unui angajat ar putea să i se pretindă să asume valoarea morală a loialității față de angajator, cu prevederile unui cod deontologic, care poate cuprinde prevederi referitoare la loialitatea față de „breaslă” sau „branșă” – iar cele două exigențe morale, prevăzute de fiecare dintre coduri, ar putea conduce la situații conflictuale la nivelul conduitei solicitate sau așteptate de la un anume agent moral. În aceste condiții, o ierarhizare atât a principiilor, cât și a angajamentelor morale se arată a fi cu prisosință folositoare. În altă ordine de idei, posibilitatea apariției unor conflicte morale, la nivel cazuistic, este mult mai probabil să fie soluționabilă la nivel moral¹², decât la nivelul unei analize plasate la nivelul intereselor și calculului avantajelor, tocmai pentru că, în ultimă instanță, exigența morală ultimă este recunoașterea egalității fundamentale a agenților morali, aceasta fiind singura exigență de obiectivitate a moralei, adică posibilitatea de a aplica principiile, valorile etc. oricărui agent moral; la nivelul interesului și calculului avantajelor, orice fel de conflict riscă să se blocheze, la limită, în atitudinea egoistă

¹² De fapt, codurile de etică și deontologice chiar ar trebui să conțină exemple de dileme morale cu care agenții morali s-ar putea întâlni. Vezi Linda Ferrell, O.C. Ferrell, *op. cit.*, p. 45.

care se originează în glorificarea propriului interes – singura soluție, în acest caz, fiind compromisul rezultat din negociere care, în ultimă instanță, generează o soluție ce nemulțumește, în măsură mai mare sau mai mică, toate părțile interesate. Recursul la morală, deci, pare a se bucura de avantajul existenței, în ultimă instanță, a comunității de interese a tuturor agenților morali implicați.

Alt element specific funcționării și aplicării codurilor de etică și deontologice este legat de modul de raportare a agentului moral individual la agentul moral colectiv. Asumarea, la nivel individual, a unui cod de etică sau deontologic aduce cu sine partajarea – în sensul că orice act moral se răsfrânge, obligatoriu, asupra tuturor agenților morali implicați, fără posibilitatea de a invoca vreun fel de ruptură între aceștia. Codurile de etică sau deontologice ar fi de dorit să conțină prevederi cu privire la aceste aspecte, ele însele fiind cele prin care eventuale așteptări sau datorii care îi privesc pe agenții morali implicați sunt legitime. De dragul clarității, se poate lua ca exemplu situația unei instituții sau profesii anume. De pildă, conștiința apartenenței la profesia de medic influențează modul în care un individ particular care are această profesie – în sensul că actele sale vor avea un anumit efect asupra reputației profesiei – și chiar a oricărui alt individ care o îmbrățișează. La fel stau lucrurile și cu reputația unei instituții, cu precizarea că aceasta ar putea fi evaluată din punct de vedere moral în funcție de toți deținătorii de interese¹³. Lucrurile se petrec și în sens invers: o decizie managerială, luată în numele unei instituții, sau una luată de o anumită asociație profesională are anumite influențe asupra reputației deținătorilor de interese respectivi, fapt pentru care codul de etică sau codul deontologic ar fi de dorit să țină cont de consecințele acestor angajamente, orientând actul managerial sau pe cel decizional în consecință – tot de dragul respectării principiului moral fundamental care solicită recunoașterea egalității între toți agenții morali.

Tot de funcționarea și aplicarea codurilor de etică și deontologice este legată și problema distincției între sectorul public și cel privat. Din acest punct de vedere, între codurile de etică specifice celor două tipuri de instituții poate apărea o distincție destul de netă, dat fiind faptul că imperativul specific sectorului privat – obținerea și maximizarea profitului – este înlocuit, în cazul instituțiilor publice, cu furnizarea unor servicii sociale de o calitate cât mai ridicată. Elementul comun ar fi, în acest caz, tot responsabilitatea socială, în măsura în care agentul economic privat asumă ideea profitului nu numai ca pe o consecință a manifestării propriului interes, ci și ca pe o sarcină socială, subordonată, de pildă, idealului social al sporirii nivelului de trai. În cazul codurilor deontologice, elaborarea acestora ar putea întâmpina dificultatea ce decurge din faptul că membrii unei anumite categorii profesionale pot activa fie în mediul public, fie în mediul privat, situații ce pot aduce cu sine necesitatea unor prevederi aparte, care să nu sacrifice îndeplinirea obiectivelor individuale sau colective. În cazul codurilor deontologice, convergența

¹³ Ca mai sus, codul de etică reprezintă comunitatea morală a tuturor deținătorilor de interese.

prevederilor trebuie realizată ținând cont de trei coordonate: angajamentele agenților morali față de instituțiile la care sunt deținători de interese, angajamentele acestora față de profesia respectivă, precum și cele față de societate.

O altă problemă dificilă care se ridică în cazul funcționării și aplicării codurilor etice și deontologice este cea legată de necesitatea de a ierarhiza, în anumite cazuri concrete și date fiind anumite condiții, între deținătorii de interese. Aici se impune, în mod preliminar, precizarea că „deținător de interese” sau „participant” sunt concepte de natură morală și nu se referă la interesul de natură strict mercantilă, ci, mai degrabă, la interesul legitim din punct de vedere moral. În al doilea rând, exigența morală fundamentală pretinde ca nicio ierarhizare să nu afecteze deplina egalitate morală între agenții morali, adică recunoașterea tuturor ca egali din punct de vedere moral. Odată îndeplinită această condiție, ierarhizarea între deținătorii de interese pe care un cod de etică sau un cod deontologic o poate prevedea se poate realiza numai ținând cont de legitimitatea morală a unor eventuale așteptări. De pildă, dată fiind natura activității economice, ar fi destul de discutabil din punct de vedere moral ca un cod etic să prevadă, în situația apariției unor dificultăți financiare, sacrificarea intereselor legitime ale acționarilor și protejarea sau chiar sporirea avantajelor angajaților. O distribuție corectă din punct de vedere moral a dezavantajelor trebuie să respecte anumite principii, la fel ca distribuția avantajelor, și este discutabil în ce măsură aceste două seturi de principii trebuie să fie identice.

REMARCI CONCLUZIVE

Intenția care a stat la baza prezentelor considerații este legată de anumite reevaluări ale naturii și funcționării codurilor de etică și deontologice. De asemenea, este vorba despre identificarea unora dintre problemele care pot duce la aprecieri eronate cu privire la elaborarea acestora. Pe lângă deschiderea unor direcții de cercetare ulterioară, merită să furnizeze elemente importante ale codurilor ca instrumente puse la dispoziția decidenților sociali, cu ajutorul cărora eticii să-i fie recunoscut statutul de liant între speculația filosofică și practica socială, se impune și precizarea unei concluzii semnificative: codul de etică și/sau cel deontologic pare să fie instrumentul care servește, pe de o parte, redefinirii conceptului eticii și celui al purtătorului de moralitate și, pe de altă parte, ca instrument pentru reconsiderarea atitudinii și mentalității referitoare la economie și afaceri, precum și la rolul acestora în societate, rol care poate căpăta o componentă semnificativă, alături de obținerea și maximizarea profitului, și anume responsabilitatea socială asumată.