

Para citar este artigo (ABNT) / *Brazilian referencing format for this article:*
 COOPER, R. Design e Responsabilidade Social: entrevista exclusiva com Rachel Cooper, por Maria Cecília Loschiavo dos Santos. In: *Revista Design em Foco*, v. II n.º 2, jul./Dez 2005. Salvador: EDUNEB, 2005, p. 79-85.

Design e Responsabilidade Social: entrevista exclusiva com Rachel Cooper, por Maria Cecília Loschiavo dos Santos*

Design and Social Responsibility: exclusive interview with Rachel Cooper, by Maria Cecília Loschiavo dos Santos

Perfil

Entrevistada:

Rachel Cooper
 Professora da Universidade de Salford, Inglaterra. Diretora do Instituto Adelphi de Pesquisas para Artes Criativas e Ciências. Presidente da Academia Européia de Design (EAD).

Entrevistadora:

Maria Cecília Loschiavo dos Santos
 Professora Associada da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU-USP).

Rachel Cooper leciona Gestão do Design na Universidade de Salford, Inglaterra, onde dirige o Instituto Adelphi de Pesquisas para Artes Criativas e Ciências e também é co-diretora do Centro de Pesquisas e Inovação em Ambientes Construídos e Humanos de Salford (EPSRC). Seus interesses em pesquisa cobrem gestão do design, políticas de design, desenvolvimentos de novos produtos, design e ambiente construído, design contra o crime e design socialmente responsável. É autora de diversos livros, incluindo *The Design Experience* (2003) e é atualmente editora de uma série da *Ashgate* sobre Design Socialmente Responsável. A professora Cooper é presidente da Academia Européia de Design (*European Academy of Design – EAD*) e editora da revista *The Design Journal*. É membro da equipe de consultores para estratégias de infraestrutura e meio ambiente da EPSRC e membro do conselho do Programa de Cultura de Consumo da iniciativa Design para o Século XXI (*Designing for the 21st Century Initiative* - AHRC/ESRC).

Profile

Rachel Cooper is professor of Design Management at the University of Salford, where she is Director of the Adelphi Research Institute for Creative Arts and Sciences and also co-director of the EPSRC-funded Salford Centre for Research and Innovation in the Built and Human Environment. Her research interests cover design management; design policy; new product development; design in the built environment; design against crime and socially responsible design. She has authored several books in the field including The Design Experience (2003) and is currently commissioning editor for an Ashgate series on Socially Responsible Design. Professor Cooper is President of the European Academy of Design, and Editor of The Design Journal. She is currently a member of the Infrastructure and Environment Strategic Advisory Team of the EPSRC, and is a member of the advisory panel on the AHRC/ESRC Cultures of Consumption programme and chairs the advisory panel for the Designing for the 21st Century initiative.

1. Rachel, eu gostaria de saber por que o Design para Responsabilidade Social é uma questão frequentemente abordada na agenda do design. Como você explica este fenômeno?

Os designers tradicionalmente acreditam que estão contribuindo para valorar o mundo, o que é assumido pela maioria dos graduados assim que passam dos portais da educação para a atuação profissional. Entretanto, existe atualmente uma renovação no que diz respeito a uma agenda mais focada na responsabilidade do designer

* Tradução:
 Paulo Fernando
 de Almeida Souza.

e a contribuição que este profissional pode trazer para a sociedade, nosso modo de viver e o meio ambiente de modo geral. Isto coincide com a emergência do movimento da Responsabilidade Social Corporativa (*Corporate Social Responsibility – CSR*).

Alguns céticos sugerem que a principal resposta do mundo dos negócios para os protestos anti-capitalismo nos últimos anos tem sido a adoção da responsabilidade social corporativa como um *mantra*. Entretanto, a evidência sugere que a eficácia desta ação está mais direcionada para mudanças de ordem política, social, ética e ambiental.

2. Em termos históricos, como você situa o debate sobre Responsabilidade Social no campo do design ?

A Responsabilidade Social no design tem sido um tema frequentemente abordado sob vários disfarces, com designers atuando com diversas questões relacionadas à qualidade de vida. Nos anos 60, os designers começaram a considerar ativamente as implicações mais abrangentes do design para sociedade. Diversas abordagens emergiram, incluindo o design verde e consumismo, design responsável e consumo ético, ecodesign e sustentabilidade, além do design feminista. Nos anos 70, os designers foram encorajados a abandonar o “design para o lucro” em favor de uma abordagem mais solidária, comandados sobretudo por Victor Papanek. Nos anos 80 e 90, questões relacionadas ao lucro e a ética, bem como outras abordagens orientadas para o mercado, emergiram, como o “consumidor verde” e o “investimento ético”. A compra de produtos e serviços socialmente responsáveis e “éticos” foi facilitada pela disseminação de pesquisas no campo da sustentabilidade e de publicações orientadas à educação do consumidor. Ademais, Acessibilidade e inclusão também têm sido vistos com grande interesse pelo design. Recentemente, os designers têm voltado sua atenção para questões relacionadas ao crime.

3. O que é Responsabilidade Social Corporativa?

Diversos autores apresentaram visões acerca da Responsabilidade Social Corporativa (CSR), com destaque para Lantos, em seu artigo de 2001, “Os limites da Responsabilidade Social Corporativa”, citando Carroll e outros. O argumento é que nós devemos julgar as organizações não apenas por meio de critérios econômicos, mas também por aspectos de ordem não econômica. Por exemplo, alguns autores propõem quatro responsabilidades para as corporações preencherem, na busca por uma boa cidadania corporativa:

- 1) econômica;
- 2) legal;
- 3) ética; e
- 4) filantrópica.

Além disso, é comum a preocupação com responsabilidades econômicas desde a revolução industrial e o filósofo do Século XVIII. Adam Smith, por exemplo, escreveu “A Riqueza das Nações”, inspirando-nos a criar riquezas para maximizar a liberdade de empregar produtos de consumo e investimentos, beneficiando-se do chamado “bem

comum”. As responsabilidades de ordem legal existem há tempos, mas alguns autores sugerem que elas são de “escopo limitado”, ou seja, meramente provêm uma base mínima de âmbito moral para as condutas no campo dos negócios; são reativas, dizendo-nos o que não deve ser feito, ao invés de proativas, dizendo-nos o que deve ser feito. Considerando que as responsabilidades éticas nos trazem para um domínio muito mais amplo, onde diversos aspectos morais são encontrados, elas se relacionam com o que é certo, evitando danos e prejuízos sociais tanto quanto prevenindo outros tipos de problemas. As responsabilidades éticas são, também, derivadas de convicções religiosas, tradições morais, princípios e acordos de direitos humanos.

4. Em sua opinião, quando a ética entrou em pauta no mundo dos negócios ?

A ética nos negócios se tornou um tema nos anos 60 e 70. O aspecto filantrópico surgiu do conceito de “dar retorno” em termos de tempo e dinheiro. Além disso, Henry Ford identificou, em 1969, que os termos do contrato entre indústria e sociedade estavam mudando: passou-se a questionar uma maior adequação da indústria no sentido de servir a uma gama maior de valores humanos, e também de aceitar uma obrigação para com os diversos públicos, mesmo aqueles com os quais não realiza transações comerciais.

Embora estas noções tenham persistido por aproximadamente um século, a idéia de que as corporações, enquanto organizações, têm “responsabilidade social” e obrigações mais diretamente relacionadas à sociedade em geral tem se tornado popular a partir dos anos 50 e continuado nos anos 60 e 70. Neste período, diversos movimentos contribuíram com questões como feminismo, anti-racismo, anti-**apartheid**, campanhas para os mental e fisicamente desfavorecidos, grupos de minorias, bem como ambientalistas. E, como sugerem alguns autores, a Responsabilidade Social Corporativa prevaleceu e cresceu por meio do chamado estilo “Bom e Gentil”, dos anos 90.

A busca por definir, descrever e construir elementos teóricos tem impulsionado diversos autores a produzir teorias sobre a questão da Responsabilidade Social Corporativa. Primeiramente, a CSR envolveu obrigações das empresas no sentido de trabalhar para melhorias no campo social (até os anos 70). Outra teoria posiciona a CSR no movimento que busca dar às empresas respostas sociais, ou seja, a capacidade de uma corporação em responder a pressões sociais. Por fim, outra teoria propõe que a Responsabilidade Social Corporativa está relacionada a uma base ética de decisões empresariais, de modo a constituir uma empresa socialmente correta. Propõem-se, por exemplo, no âmbito acadêmico, três dimensões de Responsabilidade Social Corporativa:

- a) Responsabilidade Social Corporativa Ética: tem a moral como parâmetro obrigatório no campo das responsabilidades econômicas, legais e éticas de uma empresa;
- b) Responsabilidade Social Corporativa Altruísta: compreende as responsabilidades filantrópicas de uma empresa, indo além da prevenção de possíveis danos (CSR Ética) até a

- contribuição para aliviar deficiências no bem-estar público, independente desta questão beneficiar ou não os negócios propriamente ditos;
- c) Responsabilidade Social Corporativa Estratégica: preenche aquelas responsabilidades filantrópicas com o benefício de melhorias para imagem corporativa por meio da publicidade positiva junto ao público externo.

Por outro lado, o Conselho Mundial de Negócios para o Desenvolvimento Sustentável (*World Business Council for Sustainable Development*) definiu a Responsabilidade Social Corporativa como um compromisso permanente das empresas em agir eticamente e contribuir para o desenvolvimento econômico, ao mesmo tempo em que melhora a qualidade de vida de sua força de trabalho e suas famílias, da mesma forma que contribui para a comunidade local e a sociedade em geral. Ao mesmo tempo, as corporações têm desenvolvido suas próprias definições de Responsabilidade Social Corporativa.

4. Como as corporações têm desenvolvido seus padrões de CSR? Você poderia nos dar alguns exemplos?

A empresa Johnson & Johnson, por exemplo, define CSR como as responsabilidades da empresa em ser justa e honesta, obter acreditação e respeito ao lidar com todos os seus constituintes. Já a empresa Volkswagen a define como a habilidade da empresa em incorporar suas responsabilidades para com a sociedade e desenvolver soluções para problemas de ordem econômica e social.

Outras empresas assumem a CSR como uma política corporativa, buscando atuar de modo responsável para com a comunidade a que servem. Fundamentalmente, esta política significa reconhecer o impacto da empresa na sociedade em todos os níveis e trabalhar para maximizar os benefícios, ao mesmo tempo em que minimizam-se os impactos negativos.

Segundo a empresa Nike, sua missão de Responsabilidade Corporativa é ajudar a empresa a atingir lucratividade e crescimento sustentável, proteger e fortalecer a marca e a empresa. Aqui, o termo “Sustentável” pode ter diversos significados. O crescimento sustentável sugere que a Nike existirá por gerações, uma vez que a empresa está planejando para o longo prazo. O crescimento sustentável também requer que se encontrem modos de gerar lucro ao mesmo tempo em que se minimizam os impactos potencialmente negativos para com as comunidades e a natureza.

A Responsabilidade Social Corporativa trata essencialmente da mudança de ação empresarial, passando da base de obrigações legais para integrar comportamentos socialmente responsáveis no seu conjunto de valores, em reconhecimento aos benefícios obtidos pelo negócio a partir destas ações. Sugere-se, aqui, uma consulta ao site sobre CSR, proposto pelo governo britânico (www.csr.gov.uk).

5. E quanto à Responsabilidade Social Corporativa na Europa?

A CSR na Europa começou quando a Rede Européia de Empresas para a Coesão Social (***European Business Network for Social Cohesion***) foi fundada como resultado da Declaração Européia de Negócios contra a Exclusão Social, aprovada por um grupo de empresários europeus, na presença do presidente Jacques Delors e comissário europeu Pydraig Flynn, em Janeiro de 1996.

A Academia para a Responsabilidade Social Corporativa desenvolveu um espaço para gestores de negócios de diversos tipos e tamanhos, por meio de um site na internet, que traz o primeiro conjunto de competências sobre o assunto, na Inglaterra, atuando tanto em desenvolvimento dos conceitos de CSR quanto em treinamento (csracademy.org.uk).

Assim, a Responsabilidade Social Corporativa tem se desenvolvido como forma de obrigação para as empresas, considerando seu papel na sociedade e seu futuro de longo prazo, no sentido de assegurar que não apenas evitará danos, mas também irá buscar a criação de um mundo “melhor” e mais humano. Esta é uma tarefa básica que não diz respeito unicamente a corporações globais, mas também todas as organizações, sejam públicas ou privadas, grandes ou pequenas.

Quanto mais nós vemos os efeitos das lacunas nos julgamentos de ordem econômica, ética, legal e moral, como no caso da empresa Enron, ou no uso de mão de obra barata pela indústria da moda, mais nós clamamos pela Responsabilidade Social Corporativa. Entretanto, nós não estamos livres de críticas a respeito da CSR.

6. Quais são os principais desafios que a CSR enfrentará?

Existe agora uma necessidade de mudança de foco em uma única questão para uma abordagem mais holística do design socialmente responsável. Entretanto, existe ainda uma necessidade de se ajustar todos os aspectos em um sentido mais amplo e oferecer alguns princípios básicos para os designers. A Política de Parceria para o Design (The Design Policy Partnership), composta por mim e outros profissionais como Press, Davey e Wootton, tem definido as doutrinas fundamentais para o design socialmente responsável (Figura 1). A meta é editar uma série de livros sobre as dimensões propostas nesta parceria, a partir dos conhecimentos dos pesquisadores de cada área. Estes livros serão publicados como uma série individual de volumes, que, oportunamente, serão integrados em uma edição mais compacta, ou um único volume / enciclopédia do design socialmente responsável.

7. Você poderia nos dar alguns exemplos de projetos de design socialmente responsável na Inglaterra?

O Design Contra o Crime (***Design Against Crime – DAC***), por exemplo, é uma iniciativa do governo britânico que busca aumentar significativamente o potencial e a contribuição do design na prevenção do crime. Consubienciado por pesquisas com base em evidências que buscam identificar a natureza e os benefícios das melhores práticas

nesta área, o DAC está desenvolvendo uma fonte de conhecimentos para fundamentar a prática profissional do design, em conjunto com pesquisas e incentivos para a introdução de um pensamento do design contra o crime, dentro dos programas de formação dos designers, tanto em escolas secundárias quanto em nível universitário. Resumidamente, esta iniciativa representa a atenção mais radical, e de longo prazo, adotada por um governo, no sentido de conectar o design com uma área crítica em termos de política social.

A iniciativa parte de consideráveis e contínuas pesquisas do British Home Office - ministério do governo britânico responsável pelo sistema criminal e de justiça - e outros compondo estratégias para prevenção efetiva do crime. Em 1999, o British Home Office, em colaboração com o Departamento de Indústria e Comércio (*Department of Trade and Industry – DTI*) e o British Design Council, patrocinaram uma equipe de pesquisa das universidades de Salford e Sheffield Hallam para investigar o estado atual do design contra o crime, por meio do desenvolvimento de novos produtos, práticas profissionais de design e educação em design, resultando em diversos artigos científicos. Em resumo, a pesquisa identificou alguns exemplos positivos, onde o design de produtos e ambientes tem contribuído para a prevenção do crime, e a prática educacional pode atuar no maior entendimento do sistema de design. Embora tenham ocorrido pesquisas consideráveis que poderiam dar suporte ao processo de design, elas raramente conectaram os designers, ou aqueles que os contratavam, e apenas em alguns casos, estiveram presentes na sala de aula.

Em Janeiro de 2001, uma segunda fase do projeto foi iniciada com o objetivo de encaminhar estes problemas, e uma série de projetos-piloto, a profissionais e estudantes de design com iniciativas semelhantes. Como parte do processo, trinta estudos de caso em design contra o crime foram documentados, tanto para dar suporte às iniciativas quanto para serem usados diretamente pelo público da indústria, buscando promover o DAC no setor corporativo. Primeiramente realizados com base no Reino Unido, os estudos avançaram para abarcar alguns casos dos Estados Unidos, Coréia do Sul e Suécia. Foram adotados quatro elementos para o programa:

- a) material de ensino – desenvolvimento de material didático para escolas infantis, disseminação e teste em escolas;
- b) desafios de design – competição com 110 inscritos, 5 finalistas premiados e uma exposição;
- c) desenvolvimento de iniciativas para profissionais – guias e disseminação de conhecimentos;
- d) catalogação e aprofundamento do pensar design.

Outra importante ação do governo britânico foi o Design para a Segurança de Pacientes. Esta iniciativa teve o suporte do Serviço Nacional de Saúde do Reino Unido (*UK National Health Service*) e do Design Council, com o trabalho desenvolvido por P. Buckle, P. Clarkson, R. Coleman, R. Lane, D. Stubs, J. Ward, J. Jarrett e J. Bound. O estudo aplicou o pensamento efetivo do design em produtos,

serviços e processos, bem como ambientes do serviço de saúde, resultando em um conjunto de relatórios que apresentaram os desafios de segurança que formam a base para novos projetos de design, no sentido de reduzir a incidência de erros e acidentes, produzindo, ainda, uma série de recomendações e ações fundamentadas cientificamente. O estudo sugeriu que a causa dos problemas não era simplesmente o desenho de equipamentos médicos, produtos, embalagens e informações, mas a maneira pela qual o Serviço Nacional de Saúde utilizava e entendia o potencial do design na organização.

Sugere-se que não existem idéias prontas. Ao contrário, é de suma importância que uma simples iniciativa de design tenha ocorrido em contextos maiores, como no sistema de saúde e no modo como ele gera impactos na gestão da segurança e riscos. As recomendações partiram para o desenvolvimento de conhecimentos, sistemas e processos que pudessem oferecer as bases para um conjunto efetivo de decisões em design, tanto no serviço de saúde quanto na indústria. Entretanto, recomendou-se que o relatório fosse visto como “a ponta do iceberg”, uma vez que as idéias requerem maior aprofundamento em pesquisas, apesar de já apontarem fundamentos para um sistema de saúde muito mais seguro, no qual as oportunidades para erros sejam substituídas por um processo de prevenção de acidentes proporcionado pelo design.

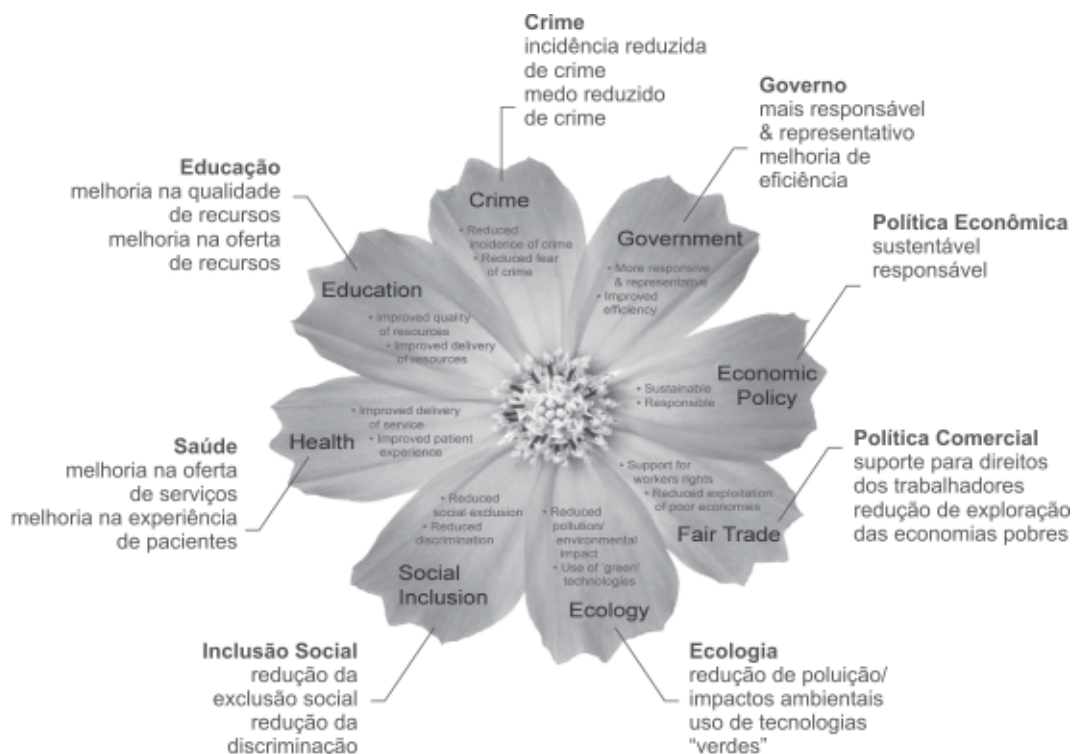


Figura 1 - Doutrinas do Design Socialmente Responsável.