

UNIVERSIDADE
DO ESTADO DE MINAS GERAIS



Escola de Design - Programa de Pós-graduação em Design (PPGD)
MESTRADO EM DESIGN

REFLEXÕES SOBRE ÉTICA PROFISSIONAL NO ÂMBITO DO DESIGN DE INTERIORES

MAIRA PIRES CORRÊA

Belo Horizonte
2021

MAIRA PIRES CORRÊA

**REFLEXÕES SOBRE ÉTICA PROFISSIONAL NO ÂMBITO DO
DESIGN DE INTERIORES**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais como requisito para a obtenção do grau de Mestre em Design.

Linha de pesquisa: Cultura, Gestão e Processos em Design
Área de concentração: Design

Orientador: Prof. Dr. Edson José Carpintero Rezende

Belo Horizonte
2021

C824r

Corrêa, Maira Pires.

Reflexões sobre ética profissional no âmbito do design de interiores [manuscrito]
/ Maira Pires Corrêa. -- 2021.

163 f., enc.: il., color. ; 31 cm.

Dissertação (mestrado) – Universidade do Estado de Minas Gerais. Programa de
Pós-graduação em Design, 2021

Orientador: Prof. Dr. Edson José Carpintero Rezende.

Bibliografia: f. 136-144.

1. Decoração de interiores. 2. Ética profissional. 3. Designers – Ética
profissional. I. Rezende, Edson José Carpintero. II. Universidade do Estado de Minas
Gerais. Programa de Pós-graduação em Design. III. Título

CDU:659.122:17

CDD: 729

Bibliotecária responsável: Gilza Helena Teixeira CRB6/1725

REFLEXÕES SOBRE ÉTICA PROFISSIONAL NO ÂMBITO DO DESIGN DE INTERIORES.

Autora: Maíra Pires Corrêa

Esta dissertação foi julgada e aprovada em sua forma final para a obtenção do título de Mestre em Design no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais.

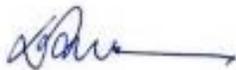
Belo Horizonte, 14 de dezembro de 2021.



Rita A. C. Ribeiro
Coordenadora Mestrado e Doutorado
MASP 1231066-1
ESCOLA DE DESIGN - UEMG

Profª. Rita Aparecida da Conceição Ribeiro, Dra.
Coordenadora do PPGD

BANCA EXAMINADORA



Prof. Edson José Carpintero Rezende, Dr.
Orientador
Universidade do Estado de Minas Gerais



Profa. Samantha Cidaley de Oliveira Moreira, Dra.

Instituto Federal de Minas Gerais



Profa. Iara Sousa Castro, Dra.

Universidade do Estado de Minas Gerais

AGRADECIMENTOS

Agradeço sobretudo à Deus, por guiar meus passos, dando-me força e determinação para seguir o caminho do bem e da luz.

À minha família, eterna fonte de amor em todos os momentos da vida. Aos meus pais Marco Antonio e Maria de Fátima por me ensinarem a ser uma pessoa melhor a cada dia. Aos meus irmãos Kiko e Matheus pelo companheirismo, paciência e apoio.

Ao querido amigo e professor Edson José Carpintero Rezende, por seu carinho e estímulo incansável. Foi uma grande alegria ter você como orientador. Admiro muito sua dedicação e competência. Obrigada por acreditar no potencial deste trabalho e por inspirar minha trajetória na docência.

À Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, pela oportunidade de percorrer minha jornada acadêmica como aluna da graduação e da pós-graduação *Strictu Senso*, mantendo sempre as portas abertas.

À todos os professores pelos ensinamentos e experiências compartilhadas ao longo dos anos, principalmente, à Sônia Marques Antunes Ribeiro que me conduziu durante a iniciação científica e despertou minha curiosidade como pesquisadora.

À Samantha Cidaley de Oliveira Moreira e Iara Sousa Castro pelas relevantes contribuições como membros da banca de qualificação e avaliação final.

Às amigas Deborah Cardoso, Denise Cortat e Janaina Reis pela leitura cuidadosa e auxílio na correção de trechos importantes do texto.

Aos familiares e colegas do PPGD pelos sorrisos, palavras de incentivo e dicas preciosas.

Aos funcionários da ED/UEMG, especialmente ao Rodrigo Stenner e à Janaina Cadar, por estarem sempre disponíveis para solucionar as diversas questões administrativas.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES), pelo apoio e fomento do trabalho.

À todos os designers de interiores, fornecedores e lojistas que se disponibilizaram em participar das entrevistas voluntariamente, assim como à Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD). As informações coletadas enriqueceram ainda mais a pesquisa com uma visão atual da profissão e seu mercado no Brasil.

Muito obrigada!

“ O homem livre é senhor da sua vontade e escravo somente da sua consciência. ”

(ARISTÓTELES)

RESUMO

CORRÊA, Maira Pires. **Reflexões sobre ética profissional no âmbito do Design de Interiores.** 163f. 2021. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola de Design, Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2021.

Respeitar normas e valores éticos é um fator significativo para a consolidação profissional. Dito isso, o trabalho apresentado propõe uma investigação a respeito da ética profissional sob a ótica do Design de Interiores. Assim, objetivou-se examinar a aplicação de fundamentos éticos na prática profissional dos designers de interiores de nível superior que atuam no mercado de trabalho de Belo Horizonte e região metropolitana, considerando as orientações do código de conduta sugerido no Brasil pela ABD (Associação Brasileira de Designers de Interiores). Em especial, buscou-se analisar o reconhecimento legal da profissão e sua remuneração, com destaque ao controverso pagamento de reserva técnica. Pretendeu-se, também, avaliar a aplicação de políticas sustentáveis na atuação profissional de designers de interiores, fornecedores e lojistas da região estudada. Para tal, utilizou-se informações obtidas por meio de referências bibliográficas, de códigos de conduta profissional (nacional e internacional), da legislação brasileira, além de formulários de entrevistas. Na primeira fase do trabalho, foram levantadas informações teóricas para elaborar melhor o panorama estrutural da pesquisa. Em seguida, deu-se início à coleta de dados por meio de um estudo de caso, no qual foram entrevistados profissionais, fornecedores/lojistas e um representante da ABD. Ao sistematizar todo o material, correlacionando teoria e prática, a pesquisadora foi capaz de concluir que é necessário difundir a importância do código de ética sugerido pela ABD, assim como dos trechos da legislação brasileira que interferem nas práticas de trabalho. Nota-se que a profissão foi reconhecida legalmente no país somente no ano de 2016 por meio da Lei 13.369 e, ainda, não dispõe de um Conselho Profissional próprio para fiscalizar a atividade. Apesar disso, parte-se do pressuposto de que cabe a cada profissional informar-se sobre os aspectos éticos e legais para exercer o ofício com integridade e honradez. Além disso, o tema da reserva técnica carece ser melhor estudado, principalmente sob o ponto de vista jurídico, pois ainda não é possível delimitar se é um ponto fraco ou a favor dos profissionais da área. Todavia, é seguro afirmar que o recebimento da RT, enquanto prática vigente no mercado, deve ser evidenciado com maior clareza e transparência pelos profissionais e fornecedores junto ao cliente, para que nenhum dos *stakeholders* envolvidos no processo de projeção de ambientes seja prejudicado, se sinta constrangido ou enganado. Contudo, todo designer deve questionar-se quanto à pertinência de suas escolhas projetuais, pois estas incidem diretamente no pagamento de comissões e nos fatores sustentáveis de consumo e produção de materiais. A preocupação com a questão ambiental no planeta torna-se progressivamente mais evidente no cotidiano humano, exigindo maior amadurecimento nas especificações dos profissionais, nas políticas empresariais do setor e na conscientização dos clientes contratantes de serviços. Por fim, esta pesquisa almeja estimular uma reflexão a fim de ressaltar a importância da ética na atuação profissional no âmbito do Design de Interiores.

Palavras-chave: Ética profissional. Ética no design. Design de Interiores. Código de ética. Reserva técnica.

ABSTRACT

CORRÊA, Maira Pires. **Reflections on professional ethics in the context of Interior Design.** 163f. 2021. Dissertation (Masters in Design) – School of Design, State University of Minas Gerais, Belo Horizonte, 2021.

Respecting ethical standards and values is a significant factor for professional consolidation. With that said, the work presented proposes an investigation about professional ethics from the perspective of Interior Design. Thus, the objective was to examine the application of ethical foundations in the professional practice of interior designers with higher education who work in the Belo Horizonte and metropolitan region market, considering the guidelines of the code of conduct suggested in Brazil by ABD (Brazilian Association of Interior Designers). In particular, we sought to analyze the legal recognition of the profession and its wage, highlighting the controversial payment of technical reserve. It was also intended to evaluate the application of sustainable policies in the professional performance of interior designers, suppliers and shopkeepers in the studied region. For this purpose, data were obtained through bibliographic references, codes of professional conduct (national and international), Brazilian legislation, as well as interview forms. In the first phase of the work, theoretical information was collected to better elaborate the structural overview of the research. Then, data collection began through a case study, in which professionals, suppliers/shopkeepers and a member of ABD were interviewed. By systematizing all the material, correlating theory and practice, the researcher was able to conclude that it is necessary to spread the importance of the code of ethics suggested by ABD, as well as the sections of Brazilian legislation that interfere in work practices. It is noted that the profession was legally recognized in the country only in 2016 by the Law 13.369 and still doesn't have its own Professional Council to supervise the activity. Nevertheless, it is assumed that it is up to each professional to be informed about the ethical and legal aspects in order to exercise their profession with integrity and honesty. In addition, the subject of technical reserve needs to be better studied, especially from a legal point of view, as it is not yet possible to delimit whether it is a weak point or in favor of professionals in the area. However, it is safe to say that the receipt of RT, as a current practice in the market, must be evidenced with greater clarity and transparency by professionals and suppliers with the client, so that none of the stakeholders involved in the design projects development process is harmed, embarrassed or cheated. Still, all designers must question the relevance of their design choices, as these directly affect the payment of commissions and sustainable factors in the consumption and production of materials. The concern with the environmental issue on the planet becomes progressively more evident in human daily life, demanding greater maturity in the specifications of professionals, in the sector's business policies and in the awareness of clients that are hiring services. Finally, this research aims to stimulate reflections in order to emphasize the importance of ethics in professional practice in the context of Interior Design.

Keywords: Professional ethics. Ethics in design. Interior Design. Code of ethics. Technical reserve.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1 – Sistema de pontuação em um programa de benefícios	71
Figura 2 – Mapa de Belo Horizonte e região metropolitana	92

QUADROS

Quadro 1 – Grupo total de profissionais entrevistados	101
Quadro 2 – Grupo total de fornecedores/lojistas entrevistados	102
Quadro 3 – Membro da ABD entrevistado	103

TABELA

Tabela 1 – Grupo total de entrevistados na pesquisa.....	100
--	-----

GRÁFICO

Gráfico 1 – Nível educacional e grau de titulação dos profissionais entrevistados	102
---	-----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- ABD – Associação Brasileira de Designers de Interiores
- ART – Anotação de Responsabilidade Técnica
- BH / RMBH – Belo Horizonte / Região Metropolitana de Belo Horizonte
- CAU/BR – Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil
- CAUX – *Caux Round Table*
- CBO – Classificação Brasileira de Ocupações
- CDC – Código de Defesa do Consumidor
- CFT – Conselho Federal dos Técnicos Industriais
- CONFEA – Conselho Federal de Engenharia e Agronomia
- CREA – Conselho Regional de Engenharia e Agronomia
- CRT – Conselho Regional dos Técnicos Industriais
- EC – Economia Circular
- IES – Instituição de Ensino Superior
- IFI – *International Federation of Interior Architects/Designers*
- MDC/MG – Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais
- MEC – Ministério da Educação
- MTE – Ministério do Trabalho e Emprego
- ONU – Organização das Nações Unidas
- PL – Projeto de Lei
- RT – Reserva técnica
- TRT – Termo de Responsabilidade Técnica
- TBL – *Triple Bottom Line*
- TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
- UEMG – Universidade do Estado de Minas Gerais
- UFBA – Universidade Federal da Bahia
- UFG – Universidade Federal de Goiás
- UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro
- UFMG – Universidade Federal de Minas Gerais

SUMÁRIO

PRÓLOGO.....	10
<i>Breve justificativa para o uso do termo “Design de Interiores”</i>	
1 INTRODUÇÃO	13
1.1 Problema	17
1.2 Objetivos.....	18
1.2.1 Objetivo geral	18
1.2.2 Objetivos específicos	18
2 ÉTICA E MORAL	19
2.1 Conceito de ética	22
2.2 Conceito de moral	28
2.3 Conduta ética: virtudes e vícios	31
3 ÉTICA PROFISSIONAL.....	37
3.1 Conceito de profissão	39
3.2 Deontologia e Diceologia	42
3.3 Códigos de ética profissional.....	43
3.4 Virtudes que norteiam as práticas profissionais	48
4 ÉTICA E DESIGN	52
4.1 O designer e a ética no cenário da prática profissional	54
5 DESIGN DE INTERIORES	61
5.1 Histórico da profissão	61
5.2 Atuação profissional na contemporaneidade	64
5.3 Mercado, remuneração e reserva técnica.....	68
5.4 Códigos de ética profissional no setor do Design de Interiores.....	74
5.4.1 Código de ética da Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD)	74
5.4.2 Declaração da <i>International Federation of Interior Architects/Designers</i> (IFI)	76
6 LEGISLAÇÃO BRASILEIRA	78
6.1 Lei Federal 8.078/1990 – Código de defesa do consumidor	80
6.2 Lei Federal 13.369/2016 – Reconhecimento legal da profissão de designer de interiores.....	85

7	METODOLOGIA	91
7.1	Caracterização da pesquisa	91
7.2	Campo de estudo	92
7.3	Amostragem	93
7.4	CrITÉrios de inclusão/exclusão	94
7.5	Procedimentos	96
7.6	Sistematizao e análise	97
7.7	Consideraes ¢ticas	98
8	RESULTADOS	100
8.1	Perfil dos entrevistados	100
8.1.1	Profissionais	100
8.1.2	Fornecedores/lojistas	102
8.1.2	ABD	103
8.2	Roteiro 1: entrevistas com os profissionais	103
8.3	Roteiro 2: entrevistas com os fornecedores/lojistas	116
8.4	Roteiro 3: entrevista com a ABD	121
8.5	Discussão	124
9	CONCLUSÃO	132
9.1	Atendimento aos objetivos	133
9.2	Comentários finais e limitaes da pesquisa	135
	REFERÊNCIAS	136
	APÊNDICE	145
	APÊNDICE A – Roteiro de entrevista 1 (profissionais)	145
	APÊNDICE B – Roteiro de entrevista 2 (lojistas/fornecedores)	147
	APÊNDICE C – Roteiro de entrevista 3 (ABD)	149
	ANEXOS	151
	ANEXO I – Código de ¢tica da Associao Brasileira de Designers de Interiores	151
	ANEXO II – Declarao da <i>International Federation of Interior Architects/Designers</i>	153
	ANEXO III – Parecer de aprovao do Comitê de ¢tica (Plataforma Brasil)	155
	ANEXO IV – Termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE)	159

PRÓLOGO

Breve justificativa para o uso do termo “Design de Interiores”

O design é um âmbito do conhecimento que enquadra-se dentro das ciências sociais aplicadas. Segundo Rafael Cardoso (2012), sua origem remonta à Revolução Industrial entre os séculos XVIII e XIX com o surgimento de fábricas em boa parte da Europa e dos Estados Unidos. Durante desse período, frente à efervecência provocada pelas mudanças tecnológicas e pelo processo de acumulação de capital, o design desponta de forma mais explícita com o firme propósito de ordenar a bagunça do mundo industrial.

Paralelamente, em meados do século XX, o modelo pioneiro de ensino instituído nas escolas alemãs – Bauhaus e Ulm – serve como base para a implementação da educação superior em design no Brasil (CARDOSO, 2008). Nunes *et al.* (2014) acrescentam que a evolução do saber científico na área passa a ter maior expansão somente a partir da década de 90.

Portanto, pode-se afirmar que o design, assim compreendido, é um campo de trabalho e pesquisa acadêmica relativamente recente na história da humanidade, fazendo-se necessário propor constantes reflexões em seus diversos segmentos de mercado. Ademais, Niemeyer (1998) destaca que o conceito de design apresenta variadas acepções dependendo do contexto de construção. Até mesmo estudantes e docentes têm dificuldade para identificar uma definição para a profissão.

Todavia, cabe frisar que o design é uma atividade criativa que dialoga e responde às complexidades da sociedade (BAHIA, 2017). Nola e Corrêa (2020), complementam dizendo que a atuação do designer está diretamente ligada ao avanço da tecnologia e às mudanças comportamentais do ser humano. O progresso é contínuo e o cenário é dinâmico. Por conseguinte, o design está em desenvolvimento ininterrupto juntamente com as transformações do planeta. Da mesma forma, encontra-se o “Design de Interiores”, o qual está inserido no nicho específico da projeção em ambientes, sejam eles internos ou externos.

Nesse panorama, é importante esclarecer que ainda não existe um consenso entre as instituições de ensino **superior** que disponibilizam formações inseridas neste setor no Brasil. Observam-se algumas nomenclaturas diferentes para classificar os cursos que formam o profissional responsável por criar interfaces entre as pessoas e os espaços habitados. Entre elas estão: Design de Ambientes, Design de Interiores, Composição de Interior e Decoração. Obviamente, existem singularidades quanto ao grau de formação (bacharelado ou tecnológico), à modalidade (presencial ou à distância) e aos aspectos metodológicos das grades curriculares de cada instituição de ensino superior (IES), delimitando competências e *expertises*.

Hoje, de acordo com a plataforma e-MEC ¹ do Ministério da Educação, há no país apenas uma IES que oferece o curso de “Decoração” em nível de bacharelado: a Universidade Federal da Bahia (UFBA). Já a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) é a única entidade que utiliza o termo “Composição de Interior” em seu curso de bacharelado. Além disso, duas instituições de ensino superior possuem cursos de graduação intitulados “Design de Ambientes”. O primeiro é o da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG) e o segundo da Universidade Federal de Goiás (UFG), sendo ambos de bacharelado. Existem também alguns cursos registrados de maneira generalizada com o nome “Design”², nos quais o estudante escolhe sua habilitação em interiores ou em outro segmento de seu interesse. Por fim, somam-se, ainda, um total de 283 cursos cadastrados como “Design de Interiores”³ (bacharelado ou tecnológico) espalhados por todo o país (BRASIL, 2021a).

Moreira (2020) pontua que diante da diversidade das nomenclaturas de tais cursos de formação superior registrados na base de dados oficial do Ministério da Educação (MEC), parte-se do pressuposto da ausência ou fragilidade na identidade dos profissionais dedicados ao projeto de

¹ Consulta realizada no site. Disponível em: <http://emec.mec.gov.br>. Acesso em 09 ago. 2021.

² Os cursos de formação superior designados de forma genérica apenas pelo título de “Design” possuem uma estrutura curricular diferenciada, oferecendo ao aluno a possibilidade de construir seu conhecimento dentro da área de seu interesse após o ingresso na instituição. Assim, o estudante opta posteriormente por habilitar-se em determinado setor, seja em Design de Interiores, Design de Moda, Design de Produto ou Design Gráfico.

³ Alguns dos 283 cursos cadastrados na plataforma e-MEC com a nomenclatura “Design de Interiores” encontram-se na situação: não iniciado.

ambientes dentro no universo brasileiro. “Este panorama descortina um problema a ser enfrentado” (MOREIRA, 2020, p. 30). Afinal então, com qual terminologia deve-se designar o setor?

Para elaboração do presente trabalho, optou-se por utilizar a nomenclatura Design de Interiores ao longo de todo o texto, devido a predominância em maior número de cursos superiores com tal designação em território nacional. Sendo, portanto, desta forma mais comumente conhecido.

Além disso, observa-se que a tradução do termo em contextos internacionais corresponde à *Interior Design* em países de língua inglesa e *Diseño de Interiores* em nações onde o espanhol é o idioma oficial. Conseqüentemente, em decorrência da maior expressividade, acredita-se que a escolha de tal terminologia facilitará o entendimento e a ligação das palavras. Espera-se com isso que a comunidade acadêmica da área, tanto dentro quanto fora do Brasil, possa usufruir da pesquisa de uma maneira mais clara e abrangente no caso de possíveis consultas.

Ao mesmo tempo, Gibbs (2013) pontua que o uso das diversas terminologias no Brasil causa certa confusão no entendimento e seria útil para a profissão, de uma forma geral, definir uma nomenclatura consistente e reconhecível internacionalmente.

Contudo, o uso do termo escolhido pretende unificar a linha de pensamento proposta, englobando o espectro dos diversos cursos de graduação superior oferecidos por instituições brasileiras inseridas na categoria. Logo, a abordagem aqui sugerida não visa caracterizar as diferenças e pormenores relativos ao ensino de cada curso específico, mas sim ressaltar a importância do resgate de princípios ético-morais comuns em todas as tipologias existentes no âmbito do “Design de Interiores”.

1 INTRODUÇÃO

Sempre é hora de fazer o que é certo.

(MARTIN LUTHER KING)

No momento atual, em que a humanidade enfrenta constante crise ética, discussões sobre valores e princípios morais abrangem inúmeras esferas do conhecimento, inclusive o campo do design. A temática está relacionada à conduta e ao caráter dos indivíduos, trazendo consigo preocupações com o futuro e a qualidade de vida da população. Desta forma, atitudes questionáveis ou antiéticas prejudicam a sociedade e abalam o conceito de bem viver.

Sampaio e Rodrigues (2014) enfatizam que a ética traz à tona a necessidade da reflexão e da crítica, pois perpassa por todos os setores que estruturam a sociedade. Logo, faz-se necessário questionar e repensar ações permanentemente para que haja equilíbrio e um bom convívio social. Consequentemente, no decorrer da evolução humana, as práticas profissionais em suas diversas tipologias não permanecem estáticas. E, no caso do design, o movimento de renovação não seria diferente (MIRANDA, 2020).

Sob essa perspectiva, Celaschi e Moraes (2013) adicionam que os designers atuam em cenários mutantes e complexos, percebendo-se progressivamente a necessidade de se voltar para questões éticas e sociais. Tomando como base o panorama econômico e tecnológico do século XXI, observa-se que o cliente está cada vez mais consciente, engajado e ativo. Segundo os autores, pode-se intuir que as relações do design com o homem do futuro passam seguramente por questões humanistas e estão centradas em novos estilos de vida, experiências de consumo e percepções éticas e estéticas. Tornou-se indispensável relacionar forma/função ao significado e ao valor gerado pelas ações de transformação do homem. O processo de elaboração de projetos em muito amadureceu. O âmbito tecnicista e linear tem dado lugar à arena ainda pouco conhecida e decodificada dos atributos intangíveis e imateriais. Assim, esta nova realidade coloca em xeque os conceitos nos moldes até então empregados.

Pereira (2020) vai além ao afirmar que a escala do design mudou de produtos e serviços para sistemas. “Consumidores e usuários solitários transformaram-se em uma rede de pessoas intimamente conectadas, abrangendo o planeta” (PEREIRA, 2020, p.137). Tendo em vista o enfrentamento dos problemas ambientais e sociais decorrentes da globalização dos mercados, é preciso readequar práticas de projeto, de produção e de consumo, cabendo modelar uma mudança de paradigmas, revendo valores e hábitos com o propósito claro de praticar o design para o bem da humanidade, inspirando as próximas gerações. Nesse sentido, o design pode ser considerado como um elemento fundamental para a geração de prosperidade econômica, social e ecológica. Portanto, novos projetos, produtos e processos devem ser desenhados com criatividade, intencionalidade e circularidade desde o início.

Particularmente, em relação ao Design de Interiores, observa-se que a categoria teve tardiamente formalizado seu direito de exercício profissional no Brasil, mesmo já tendo um papel significativo no mercado. O reconhecimento legal da profissão só aconteceu no dia 12 de dezembro de 2016. O então presidente, Michel Temer, sancionou a Lei Federal 13.369 em todo o território nacional, estabelecendo princípios e fixando competências para aqueles que desejam atuar neste setor. Entretanto, a lei é polêmica no sentido de que restringe diversas atribuições aos profissionais, o que interfere diretamente na remuneração e valorização dos mesmos. A questão essencial a ser observada na legislação consiste no veto de artigos que dispensaram a exigência de diploma e educação formal, ignorando, inclusive, diferenças entre cursos técnicos e superiores (bacharelado e tecnológico). A lei também não abordou a criação de um Conselho Profissional **próprio** para disciplinar e orientar a prática do ofício. Atualmente, apenas os tecnólogos e técnicos da categoria contam, respectivamente, com a cooperação dos sistemas CONFEA/CREA (Conselho Federal de Engenharia e Agronomia / Conselho Regional de Engenharia e Agronomia) e CFT/CRT (Conselho Federal dos Técnicos Industriais / Conselho Regional dos Técnicos Industriais) para registrar e supervisionar o exercício profissional – fato este que será melhor detalhado no capítulo 5.

No país, a classe é representada pela ABD (Associação Brasileira de Designers de Interiores), entidade que estabelece as normas de conduta para os profissionais da área mediante seu código de ética. A instituição defende, apoia e luta pela valorização da profissão há 40 anos. Mas, por se tratar apenas de uma associação, a ABD não possui caráter fiscalizador.

Deste modo, é inegável que, por se tratar de uma profissão reconhecida legalmente há pouco tempo no mercado de trabalho brasileiro e por não dispor de um Conselho Profissional **próprio**, a atividade ainda carece de amadurecimento, principalmente, no que se refere ao quesito ético. Nota-se que a ABD evidencia a pertinência da aplicação de princípios éticos no exercício da atividade. Entretanto, nem todos os profissionais da área se filiam à entidade, desconhecendo inclusive o conteúdo de seu código de ética. Com isso, observa-se que é essencial refletir acerca do processo de criação e execução dos projetos, sobre os aspectos de consumo gerados no exercício da atividade e no que concerne às relações sociais estabelecidas com fornecedores, clientes e usuários.

Barbosa (2020) define o designer de interiores como o profissional técnico-criativo capaz de solucionar problemas relacionados à estética e à funcionalidade dos espaços sob a premissa do desenvolvimento sustentável. Deve-se conceber ambientes que promovam a saúde, a segurança e o bem-estar, impactando positivamente a experiência humana e contribuindo para melhoria da qualidade de vida das pessoas. Além disso, o sistematizado processo de projeção do designer de interiores deverá pautar-se em pesquisa, conhecimento e experiência.

Contudo, dada a complexidade do mundo contemporâneo e da prática projetual vigente, acredita-se que um novo pensamento desabrocha para transformar a relação do designer de interiores com a sociedade e com o meio ambiente. Isto posto, levanta-se duas frentes de discussão ética dentro do campo de estudo desta pesquisa: a sustentabilidade ambiental aplicada aos projetos e a postura profissional estabelecida no relacionamento com fornecedores e clientes.

Num primeiro momento, destaca-se a importância eminente da preservação dos recursos naturais e a necessidade de se investigar a aplicabilidade de políticas sustentáveis na área. Face aos diversos personagens e contextos envolvidos no processo, é um grande desafio para o designer de interiores apresentar uma visão projetual sistêmica, sendo ao mesmo tempo inovador, ecologicamente correto, socialmente justo e economicamente viável. Porém, entende-se que somente uma conduta que contemple a responsabilidade individual e coletiva será capaz de construir uma trajetória rumo a práticas ecológicas efetivas. Logo, faz-se necessário aproximar o profissional das questões ambientais para que ele seja um agente ativo no processo de implementação do desenvolvimento sustentável em nível global (BRUNETTI, 2005).

Em seguida, buscou-se examinar a relação entre as práticas profissionais utilizadas no setor e o código de ética sugerido pela associação da classe no país. Objetivou-se, ainda, caracterizar a inserção dos profissionais no mercado de trabalho quanto ao reconhecimento legal da profissão e sua remuneração no Brasil, abordando, especialmente, o recebimento da chamada reserva técnica. O termo, também conhecido por RT, comissão ou gratificação por especificação, concerne a uma espécie de percentual referente aos gastos do cliente que é repassado por fornecedores e lojistas ao profissional. Além dos honorários fixados pelo serviço contratado, muitos profissionais recebem o benefício a título de bonificação pela assessoria prestada ou acompanhamento para a aquisição de produtos ou serviços. É uma prática recorrente que tornou-se comum em várias cidades do país. No entanto, a reserva técnica é controversa. De maneira geral, significa um plano substancial de renda complementar. Por outro lado, pode provocar constrangimentos em algumas situações, colocando em risco a relação de confiança entre profissional, fornecedor e cliente. A ABD entende que não há prática ilegal quando o pagamento da remuneração indireta é informada. Apesar disso, qualquer gratificação que eleve sem justa causa o preço de produtos ou serviços e ofereça ônus ao cliente (mesmo quando informada), pressupõe atenção diante das implicações jurídicas previstas pelo código de defesa do consumidor – Lei Federal 8.078/1990.

Não obstante, as duas temáticas se entrelaçam. Brunetti (2005), observa que o trabalho do designer centrou-se na manutenção da discutida cultura consumista-materialista. Diante dessa cultura, Malaguti (2009) reforça a necessidade de se introduzir a noção crítica de limite às práticas de projeto, distribuição e consumo. Como a reserva técnica está diretamente relacionada à relação de compra, subentende-se que o profissional deve questionar quais são as conseqüências éticas de seu trabalho. É preciso analisar se as especificações consideram o reaproveitamento e o reúso de itens, se o consumo é consciente ou se reflete apenas anseios pessoais. Niemeyer (2013) diz, ainda, que o designer deve garantir a satisfação de desejos, a boa experiência e a construção de significado. Ressalta, contudo, que o comprometimento ético do designer é mandatório não só no que diz respeito ao cliente, mas também em relação ao meio ambiente e à identidade cultural.

Todavia, pode-se dizer que é preciso repensar a atuação profissional no Brasil, tanto no que repercute sobre o meio ambiente, quanto no que se refere às relações de trabalho e ao recebimento de honorários. Há ainda um longo caminho a ser percorrido para a real consolidação do Design de

Interiores no país com conseqüente adequação da remuneração por parte da categoria. Mas, pressupõe-se que a integridade ética é inerente à atuação de todos os designers de interiores. Portanto, analisar e reavaliar conceitos de boas práticas torna-se uma ferramenta relevante para a melhoria do bem-estar humano com respeito aos recursos naturais coletivos. Bezerra (2011) pontua que a evolução ocorre por meio de mudanças mesmo que pequenas e aparentemente insignificantes. Já Papanek (1995) complementa dizendo que as transformações só são possíveis com o aprendizado e o reconhecimento dos dilemas éticos da profissão. Assim, “cabe refletir e agir no sentido de contribuir para, no âmbito pessoal ou como categoria profissional, tornar esse mundo melhor” (NIEMEYER, 2013, p. 76).

Diante disso, o presente trabalho apresenta-se face a necessidade de se debater sobre as concepções éticas contidas no campo profissional do Design de Interiores. Cabe aqui refletir sobre os conflitos de valores que se apresentam cotidianamente no exercício da atividade. Para tal, além do embasamento previsto pelo referencial teórico, um estudo de caso foi conduzido pela pesquisadora. Dados foram coletados por meio de entrevistas realizadas com profissionais, fornecedores, lojistas e com a ABD, tendo em vista investigar um recorte amostral na cidade de Belo Horizonte e sua região metropolitana (Minas Gerais – Brasil). Assim, pretendeu-se oferecer uma contribuição a respeito da ética profissional sob a ótica do Design de Interiores. Vale ressaltar que, por se tratar de uma questão pouco explorada, há escasso material disponível, destacando-se o potencial de aprofundamento acerca do assunto. Logo, discutir o tema e propor uma reflexão faz-se importante no que tange ao aprimoramento e ao crescimento profissional, tanto para estudantes quanto para designers de interiores em atuação.

1.1 Problema

Qual é a conduta ética profissional adotada pelos designers de interiores graduados em cursos superiores que atuam no mercado de trabalho de Belo Horizonte e região metropolitana, tomando como base de orientação o código de posturas sugerido pela ABD para a categoria no Brasil?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Analisar a aplicação de fundamentos éticos na prática profissional dos designers de interiores de nível superior que atuam no mercado de trabalho de Belo Horizonte e região metropolitana, considerando as orientações do código de conduta sugerido pela ABD no Brasil.

1.2.2 Objetivos específicos

- Examinar o código de ética sugerido pela ABD (Associação Brasileira de Designers de Interiores) assim como a declaração elaborada pela IFI (*International Federation of Interior Architects/Designers*)⁴.
- Compreender a percepção dos designers de interiores frente à regulamentação da profissão no Brasil e sua remuneração no mercado de trabalho de BH e RMBH.
- Investigar a postura ética dos profissionais que atuam em Belo Horizonte e região metropolitana, especialmente no que diz respeito ao recebimento de reserva técnica.
- Verificar a opinião de lojistas e fornecedores inseridos no setor de design de interiores em BH e RMBH acerca do pagamento da reserva técnica.
- Avaliar a aplicação da sustentabilidade ambiental na prática profissional de designers de interiores, assim como nas políticas empresariais de fornecedores e lojistas inseridos na região estudada.
- Estimular o pensamento crítico-reflexivo e a importância da conduta ética profissional valorizando a atividade do designer de interiores.

⁴ Nota-se que o documento estrangeiro fundamentou a normativa prevista para a classe no Brasil.

2 ÉTICA E MORAL

“ *Nosso caráter é o resultado da nossa conduta.* ”

(ARISTÓTELES)

As questões éticas estão presentes no cotidiano do ser humano, seja no relacionamento pessoal e profissional, seja em reflexões sobre as descobertas de pesquisas científicas (ARANTES, 2013). Matheus (2012) relata que no momento atual, a ética tornou-se um assunto bastante discutido a propósito de política, negócios, medicina, legislação, meio ambiente e até mesmo de esportes. O autor pontua que genericamente todos sabem o que é ética. No entanto, nem todos são capazes de definir seu significado. “O motivo desta dificuldade está no fato de a ética ser um conceito muito amplo e até mesmo bastante complexo em seu conteúdo” (MATHEUS, 2012, p. 14).

Entender, compreender e debater a temática da ética é fundamental para viver em sociedade. Dito isso, faz-se necessário assinalar que a ética surgiu quando o homem se descobriu um ser racional e assumiu responsabilidades como um quesito de sobrevivência dentro do convívio coletivo (ANDRADE, 2017).

Assim, desde os primórdios da história do pensamento e da Filosofia, o agir humano foi objeto de observação e estudo (SILVA; GRACIOSO, 2019). Chauí (2000) informa que a Filosofia começa dizendo não às crenças, aos preconceitos do senso comum e às ideias da experiência estabelecida. De acordo com a mesma autora, historiadores declaram que a Filosofia teria nascido nas colônias gregas da Ásia Menor, sendo Tales de Mileto o primeiro filósofo reconhecido. Entretanto, atribui-se à Pitágoras a invenção da palavra filosofia, a qual se origina do grego (*philo*) e (*sophia*). “*Philo* deriva-se de *philia*, que significa amizade, amor fraterno, respeito entre os iguais. *Sophia* quer dizer sabedoria e dela vem a palavra *sophos*, sábio” (CHAUI, 2000, p.19). Sendo assim, a filosofia expressa amizade pela sabedoria, amor e respeito pelo saber. Chauí (2000), Silva e Gracioso (2019), afirmam que Sócrates é o patrono da Filosofia, embora não tenha sido o precursor. As preocupações éticas e políticas que o absorveram e que custaram sua própria vida marcaram profundamente os rumos do conhecimento do homem acerca de si. Seu lema “conhece-te-a ti mesmo” demonstrava que não deveria haver meta mais importante do que a compreensão do que

o ser humano é, daquilo que pode fazer e do modo como deve agir, seja no plano individual ou coletivo (SILVA; GRACIOSO, 2019). Para Chauí (2000), a Filosofia é um fato grego, pois possui certas características e formas de pensar, que são completamente diferentes daquelas desenvolvidas por outras civilizações e culturas. Evidentemente, isso não quer dizer, que povos tão antigos quanto os gregos, tais como os chineses, os hindus, os japoneses, os árabes, os persas, os hebreus, os africanos ou os índios da América não possuam sabedoria. “Também não quer dizer que todos esses povos não tivessem desenvolvido o pensamento e formas de conhecimento da Natureza e dos seres humanos, pois desenvolveram e desenvolvem” (CHAUI, 2000. p.20). Em outras palavras, Filosofia é um modo de pensar e exprimir os pensamentos que surgiu especificamente com os gregos, os quais instituíram para o ocidente as bases e os princípios fundamentais da razão, da racionalidade, da ciência, da ética, da política, da técnica e da arte (CHAUI, 2000).

Com suas origens na Grécia antiga, a ética é um saber filosófico que constituiu a preocupação central de muitos pensadores e estudiosos, desde Sócrates, seguido por Platão e, este, por Aristóteles (ANDRADE, 2017; CRUZ e GUERRA-FILHO, 2000; FINKLER *et al.*, 2011). Figueiredo (2008) aponta que a reflexão grega neste campo origina-se de uma pesquisa a respeito da natureza do bem moral, isto é, na busca de um princípio absoluto de conduta. Apesar de atribuir-se a Sócrates o início do estudo, a primeira apresentação sistemática da ética encontra-se em Aristóteles. Foi ele quem formulou os princípios da ação humana acerca da diferença entre o conhecimento teórico e o discernimento prático conforme a razão. Também foi responsável pela elaboração da maior parte dos problemas que mais tarde passaram a ocupar a atenção dos filósofos morais, tais como a relação entre as normas e os bens, a relação entre a ética individual e a social, além da classificação das virtudes (FIGUEIREDO, 2008). A partir dos ensinamentos aristotélicos, Figueiredo (2008) destaca que a ética se instala em solo moral, ou seja, a ética pode ser conceituada como a parte da filosofia que se ocupa com a reflexão a respeito dos fundamentos da vida moral. Sendo assim, a ética é uma reflexão sobre a moral (ANDRADE, 2017; CORTINA; MARTÍNEZ, 2001; GLOCK; GOLDIM, 2003; NEME; SANTOS, 2014; REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020).

Segundo Moraes e Figueiredo (2009), a ética determina o que é bom, tanto para o indivíduo como para toda a população. Ser ético é fazer algo em benefício do outro, ou seja, que não prejudique o

próximo. Andrade (2017), reforça dizendo que a ética surge com os conhecimentos obtidos a partir da investigação do comportamento humano em relação às regras morais, explicadas de forma racional, científica e teórica. Desta maneira, “viver em sociedade significa respeitar preceitos ético-morais para a convivência pacífica a fim de se obter uma harmonia global” (MORAES; FIGUEIREDO, 2009, p. 44). Sob o ponto de vista de Sá (2014), a ética é um estado de espírito quase hereditário e vem da formação e do meio social no qual a criança teve sua personalidade moldada. Já a moral, é adquirida por meio da educação formal e da experiência de vida. Campos, Greik e Vale (2002), reiteram que o ser humano é dotado de uma consciência moral que o faz distinguir entre o certo e o errado, o justo e o injusto, o bom ou o ruim. Com isso, o homem torna-se capaz de avaliar suas ações eticamente.

Todavia, ética e moral são vocábulos frequentemente utilizados no dia a dia. Porém, definir o que significam, é uma tarefa de difícil precisão (FIGUEIREDO, 2008). Originalmente, as palavras ética e moral referem-se às mesmas coisas, ou seja, aos costumes e aos modos de ser e de agir na vida cotidiana (GONTIJO, 2006; JOHANN, 2009). Entretanto, há uma confusão na compreensão dos termos, inclusive levando a crer que ambos possuem a mesma definição (ARANTES, 2013). Desta forma, é necessário diferenciá-los para encaminhar o entendimento de seus significados específicos, embora não haja um consenso entre os autores a respeito desta questão (JOHANN, 2009).

Independentemente da natural existência de uma sinonímia entre ética e moral, uma vez que as duas palavras se referem à ação humana intencional e aos critérios de escolha de um determinado tipo de conduta, predomina o entendimento de que existe uma diferença, quer semântica, quer conceitual (FIGUEIREDO, 2008). Gontijo (2006), salienta que a proximidade original encontrada em suas raízes deve prevalecer como pano de fundo para as variadas nuances de significação. Os termos têm uma etimologia similar, não obstante, cabe fazer uma distinção entre esses dois níveis de reflexão e linguagem (FINKLER *et al.*, 2011).

2.1 Conceito de ética

A palavra ética tem origem no grego (*ethos*), significando o estudo dos juízos de apreciação referentes à conduta humana. Na Filosofia, a ética significa o que é bom para o indivíduo e para a sociedade. Seu estudo contribui para estabelecer os deveres nos relacionamentos humanos e seus valores em relação ao mundo (MORAES; FIGUEIREDO, 2009). Não obstante, no contexto acadêmico, o termo ética refere-se à filosofia moral, uma vez que trata de diferentes níveis de reflexão e pensamento acerca da moralidade (CORTINA; MARTÍNEZ, 2001). Os autores Cruz e Guerra-Filho (2000), classificam a ética como a ciência ou a parte da filosofia que tem por objeto os critérios de bem e de mal, virtude e vício, justiça e injustiça. Boff (2014) considera ainda as concepções acerca da vida, do universo, do ser humano e de seu destino, instituindo princípios e valores que orientam indivíduos e sociedades. Sob esse âmbito, uma pessoa ética é aquela que se orienta por suas convicções, possui bom caráter e boa índole (BOFF, 2014).

Hoje, a ética é compreendida como o eixo filosófico, cuja teoria estuda o comportamento moral e relaciona a moral como uma prática. “Além disso, é entendida como um tipo ou qualidade de conduta que é esperada das pessoas como resultado do uso de regras morais no comportamento social” (NEME, SANTOS; 2014, p.2). Como reflexão sobre as questões morais, a ética pretende implementar os conceitos e os argumentos que permitam compreender a dimensão moral da pessoa humana sem reduzir seus componentes psicológicos, sociológicos, econômicos ou de qualquer outro tipo (CORTINA; MARTÍNEZ, 2001). Para Silva e Gracioso (2019), a ética significa o modo pelo qual o ser humano habita seu mundo, sendo a vida ética pautada num conjunto de hábitos ou costumes que se formam a partir de disposições naturais somadas a fatores externos. Ademais, a ética pode ser entendida como a ciência da conduta humana perante o ser e seus semelhantes, posto que “encara a virtude como prática do bem e esta como a promotora da felicidade dos seres, quer individualmente, quer coletivamente” (SÁ; 2014, p.3).

Para Adela Cortina e Emílio Martínez, a ética tem uma tripla função: 1) esclarecer o que é a moral e seus traços específicos; 2) fundamentar a moralidade, ou seja, averiguar as razões que conferem sentido ao esforço dos seres humanos de viver moralmente; 3) aplicar os resultados obtidos nas duas primeiras funções aos diferentes âmbitos da vida social, de maneira que se adote uma moral

crítica ao invés da subserviência a um código moral dogmático (CORTINA; MARTÍNEZ, 2001; NALINI, 2006). Ao longo da história da Filosofia, verificam-se distintos modelos éticos criados para cumprir as funções citadas, sendo a teoria aristotélica e a teoria kantiana algumas das mais relevantes (CORTINA; MARTÍNEZ, 2001).

Deste modo, o estudo da ética é um aprendizado milenar e se agasalha em manifestações remotas desde os trabalhos de Pitágoras no século VI a.C., assim como em fragmentos dos manuscritos da obra “Ética a Nicômaco” de Aristóteles datada em IV a.C. (ARANTES, 2013; SÁ, 2014). Figueiredo (2008), relata ainda que “Ética a Nicômaco” é uma das obras-primas da filosofia moral e foi um dos principais trabalhos do filósofo, considerado o grande expoente da época ao retratar o tema. A tese aristotélica apresenta a ética como uma ação prática que diz respeito à conduta do homem na sociedade, sendo que não se estuda a ética para saber o que ela é, mas para ser ético (SILVA, 2013). Dentro dessa visão, “o ser humano não nasce ético, mas se torna, a partir da vivência e da busca virtuosa de tudo aquilo que é nobre e edificador para o homem” (SILVA, 2013, p. 75). Boff (2014), confirma a ordem prática da ética citando uma frase postulada na obra “Ética a Nicômaco” que sentenciava: “não filosofamos para saber o que seja virtude, mas para nos tornarmos pessoas virtuosas” (BOFF, 2014, p.101).

De acordo com Silva (2013), a intenção da ética de Aristóteles é conduzir o homem à felicidade, haja vista que esse não nasce essencialmente feliz, mas se torna, quando busca uma vida equilibrada. O mesmo autor define a felicidade como uma atividade da alma ajustada à vida contemplativa, onde as pessoas devem fazer um esforço intelectual para conquistá-la, algo a ser cultivado e vivenciado diariamente. A felicidade “é entendida como sendo o maior bem do homem e é identificada como a arte do viver bem e de fazer o bem” (SILVA, 2013, p. 76). Para atingir esse bem absoluto que é a verdadeira felicidade, o ser humano deve impor-se o exercício da virtude (NALINI, 2006). Logo, a ética está atrelada ao sentido de felicidade, isto é, quanto mais ético e virtuoso, mais feliz o homem se tornará (SILVA, 2013).

Nodari (1997), assim como Silva (2013), também evidencia que o bem supremo do homem é a felicidade. Nesse contexto, adiciona-se o fato de que Aristóteles percebeu, ao observar atentamente a vida humana, que cada um tinha seu próprio conceito de felicidade. O filósofo, então discípulo

de Platão, procurou fugir da subjetividade dessa concepção, destacando a ética como uma “ciência prática”, em contraposição à “ciência teórica” intentada por seu mestre. Desta forma, o pensamento aristotélico baseia-se na atividade racional do homem, sendo que fora da razão não é possível entender a felicidade (NODARI, 1997).

Brocco (2017), revela que Aristóteles buscava empreender em sua ética um esforço intelectual sobre o aspecto prático da vida, sobretudo acerca de uma ciência do caráter e dos costumes, apontando para o que poderia ser o bem ou a finalidade do ser humano virtuoso ou bom. Além disso, Nodari (1997) e Silva (2013), afirmam que a ética aristotélica remete ao bom senso e é baseada nos juízos morais de alguém que possa ser considerado bom e virtuoso. Enquanto saber prático, a ética tem a pretensão de fazer com que o homem possa agir de maneira correta.

Silva (2013), expõe ainda que a ética é uma força dinâmica, uma virtude que desperta a essência do espírito humano para viver com arte e sabedoria. Mas alcançar o estado de homem virtuoso não é uma tarefa tão simples. “Pensar a ética a partir da concepção aristotélica é concebê-la como uma busca incontestável, ou melhor, obtê-la como um referencial a ser vivido pelo homem” (SILVA, 2013, p. 81).

Baseados na ética da antiguidade clássica, outros estudiosos incorporaram suas concepções a respeito do assunto ao longo dos anos. O cristianismo, por exemplo, trouxe a ética do livre-arbítrio, em que o impulso da liberdade dirigia-se para o mal. No período posterior à Jesus Cristo, Santo Agostinho e São Tomás de Aquino propuseram que a virtude se definia a partir da relação com Deus. O homem passava a ser pecador e o auxílio para a melhor conduta era a lei divina (CAMPOS; GREIK; VALE, 2002). Santo Agostinho (354-430 d.C.) teve o mérito de integrar a teoria platônica à religião cristã. Ele considerava que todo homem almeja a felicidade, e que não se pode encontrá-la apenas nas coisas materiais (NALINI, 2006). Na visão agostiniana, os filósofos gregos estavam certos ao afirmar que a moral deveria ajudar a conseguir uma vida feliz, mas os mesmos não souberam encontrar a chave da felicidade humana na união amorosa com Deus Pai. Alguns séculos adiante, Tomás de Aquino (1225-1274 d.C.) mantém a tradição da ética teológica iniciada por Santo Agostinho (CORTINA; MARTÍNEZ, 2001). Entratanto, ele baseava-se no encontro de duas correntes: a sabedoria bíblica e a filosofia grega, sendo continuador do pensamento ético

aristotélico durante o século XIII. Convencido da universalidade da razão, Tomás de Aquino entendia que seus horizontes podiam ser expandidos pela fé, já que considerava a fé como um ato da própria razão (SILVA; GRACIOSO, 2019).

Mais a frente, o mundo começa a sofrer profundas transformações com as revoluções religiosa, científica e filosófica. Os pensamentos de Lutero, Copérnico e Descartes caracterizaram a Era Moderna pelo racionalismo cartesiano. Sob essa visão, a razão era o caminho para a verdade e, em oposição à fé, vinha o poder exclusivo da razão. Ademais, o desenvolvimento da burguesia concretizou a criação da ciência moderna dando origem à ética naturalista, onde o saber científico pautava-se no método (CAMPOS; GREIK; VALE, 2002). Convenientemente formulado, o método abre um horizonte indefinido de realização teórica e prática do sujeito livre e racional. Tal postura aparece com grande nitidez no século XVIII, pela atitude filosófica que ficou conhecida como Iluminismo. Immanuel Kant, destaca-se nessa época ao defender que a humanidade atinge, então, um índice de maturidade na qual se encontra racionalmente emancipada. O indivíduo, guiado pela luz da razão, não necessita mais ser tutelado em relação aos dogmas religiosos, pois a ética deveria ter uma base universal (SILVA; GRACIOSO, 2019).

Ao discutir as condições do agir humano, Kant chegou à teorização de um imperativo categórico para a razão prática (SARDEIRO, 2017). Dito isso, os seres humanos teriam, assim, consciência de comandos incondicionados, isto é, de deveres ou imperativos categóricos. Dá-se, então, uma virada copernicana, pois o ponto de partida da ética não é mais a felicidade, mas o cumprimento do dever (CORTINA; MARTÍNEZ, 2001). Ademais, Kant apresenta a ideia de que os seres humanos deveriam ser tratados sempre como o fim da ação e nunca como o meio para alcançar seus interesses (BOFF, 2014; CAMPOS; GREIK; VALE, 2002). Ele acreditava que o ato moral deveria concordar com a boa vontade e com as leis universais. Sustentava, aliás, a opinião de que não há autonomia ética quando o ser se deixa tomar pelos impulsos, desejos e paixões (CAMPOS; GREIK; VALE, 2002). Em síntese, “a intenção de Kant foi demonstrar a falsidade de qualquer doutrina moral de base empírica e conferir à ética um fundamento exclusivamente racional” (NALINI, 2006, p.63).

No século XIX, Hegel traz a perspectiva de que a ética deveria ser determinada pelas relações sociais. Partindo do cenário, “Homem – Cultura e História”, o ser humano atua como sujeito histórico e cultural, sendo a vontade subjetiva do indivíduo condicionada à vontade social. Por meio desse exercício, os valores culturais são interiorizados de tal maneira que passam a ser praticados instintivamente (CAMPOS; GREIK; VALE, 2002). Por conseguinte, para a dialética hegeliana, a eticidade torna-se a verdade da moralidade, ou seja, constitui a realização concreta, sem a qual permaneceria puramente formal ou ao nível de particularidade abstrata (GONTIJO, 2006).

Outra figura que se destaca nesse período é Nietzsche, o qual atribui a origem dos valores éticos à emoção e não à razão. O filósofo defende que o homem forte é aquele que não reprime seus impulsos e desejos, além de não se submeter à moral demagógica e repressora (CAMPOS; GREIK; VALE, 2002). Para ele, o sujeito moral não deve seguir normas por dever, mas precisa reconhecer os outros em seu ser individual. Isso significa que não existe uma fundamentação ética da vida, mas antes uma justificação estética da existência (CORTINA; MARTÍNEZ, 2001).

Nietzsche enceta uma crítica vigorosa aos valores cristãos da época, designando-os de falsos e preconizando a sua substituição por outros autenticamente humanos. Assim, na segunda metade do século XIX e início do século XX, ele introduz na filosofia a palavra “valor” com uma conotação axiológica, muito embora o termo tenha surgido no contexto das ciências econômicas durante o século XVIII para denotar algo que é valioso, que se pode usar ou trocar. Além disso, os valores, enquanto objeto de reflexão filosófica, e não como ramo da Axiologia ou Teoria dos Valores, remonta à Grécia antiga com Sócrates, Platão e Aristóteles. Foi Aristóteles quem primeiro apresentou uma verdadeira teoria sistemática dos valores: a “teoria das virtudes” (PEDRO, 2014).

Isto posto, faz-se necessário destacar o significado da palavra valor, cuja origem etimológica deriva do latim (*valere*). O termo, radicado na existência material, remete para a ideia daquilo que vale, que é de merecimento, robustez, força e poder. Mas pode, também, denominar uma qualidade abstrata atribuída por características inerentes que satisfazem necessidades e interesses. Portanto, o ato de valoração é por um lado objetivo e material, e, por outro lado subjetivo e relacional (PEDRO, 2014).

Já no século XX, Scheler e Hartmann abordam a ética material dos valores, inserindo um conceito desenvolvido por diversas axiologias às margens de teorias econômicas e da evolução da noção de valor (BONILLA, 2008). Nesse cenário, Scheler conjuga a formalidade da ética com a materialidade dos valores. A teoria scheleriana afirma uma ciência pura dos valores, a legítima axiologia, que se sustenta em três princípios: 1) todos os valores são negativos ou positivos; 2) valor e dever estão relacionados; 3) a preferência por um valor, e não por outro, se deve ao fato da intuição emocional captar valores já hierarquizados. Além disso, ele opõe-se a Kant em sua ética material dos valores (CORTINA; MARTÍNEZ, 2001). “Para Kant, o valor de uma ação depende da relação da conduta com o princípio do dever, o imperativo categórico” (NALINI, 2006, p.67). Conforme a filosofia valorativa, o valor moral não se baseia na ideia de dever, mas dá-se o contrário: todo dever encontra fundamento em um valor. E, o que é valioso vale por si, ainda que seu valor não seja conhecido, nem apreciado. Assim, a “ética dos valores” representa uma aparente inversão da tese kantiana (NALINI, 2006).

Segundo Nalini (2006), o mergulho no passado oferece fecundo labor ao estudo da ética. “As inúmeras formulações teóricas e a permanência do tema na preocupação filosófica da humanidade conduzem à certeza de sua relevância e de sua atualidade” (NALINI, 2006, p.89). Cabe assinalar, ainda, que cada autor expõe considerações particulares e que o conceito de ética não possui uma definição consensual, pois depende de aspectos filosóficos, culturais e morais de cada indivíduo ou comunidade (PASCHOARELLI *et al.*, 2008). Esse debate é de extrema complexidade e diferentes estudiosos fazem suas leituras filosóficas a respeito da conduta humana (SILVA; GRACIOSO, 2019). “Inexiste, portanto, uma conclusão no aspecto conceitual” (NALINI, 2006, p.89).

Naturalmente o discurso ideal ético, não tem como tarefa apenas o esclarecimento e a fundamentação do fenômeno da moralidade, mas também a aplicação de suas descobertas às diferentes esferas da vida social. A ética aplicada incide na política, na economia, na medicina, na ecologia, no jornalismo, na educação, no círculo empresarial, etc. Por conseguinte, não basta somente refletir sobre como empregar seus valores em cada âmbito concreto. É preciso levar em conta a especificidade de cada atividade de acordo com seus princípios e suas exigências morais (CORTINA; MARTÍNEZ, 2001).

Contudo, a ética, discute valores que se traduzem em existências humanas mais felizes, mais realizadas e que proporcionem maior bem-estar. Dessa maneira, revela-se a busca por princípios que signifiquem sobretudo dignidade, liberdade, autonomia e cidadania. É importante dizer ainda que os valores éticos não nascem com o ser humano, se dão por meio do relacionamento social, sendo em grande parte assimilados pela observação do comportamento. Assim, na medida em que entende-se a importância da ética para a sobrevivência do homem com qualidade e integridade, compreende-se também a profundidade envolvida em suas relações com outros campos do saber e da prática, fundamentais à vida em sociedade (NEME, SANTOS, 2014).

2.2 Conceito de moral

A palavra moral, proveniente do latim (*de mores*), estabelece os valores, as condutas, os juízos de apreciação e as questões axiológicas, abrangendo o conjunto de prescrições admitidas numa época em uma determinada sociedade (CRUZ; GUERRA-FILHO, 2000). Para Finkler *et al.* (2011), a moral é uma condição intrínseca do homem que relaciona-se à formação do caráter e aos costumes na vida cotidiana. Arantes (2013), diz que a moral é o conjunto de normas vigentes consideradas como critérios que orientam o modo de agir dos indivíduos de determinada comunidade ou povo. Já Boff (2014), define a moral como a parte da vida concreta que trata da prática real das pessoas que se expressam por costumes, hábitos e valores culturalmente estabelecidos. “Uma pessoa é moral quando age em conformidade com os costumes e valores consagrados” (BOFF, 2014, p.37).

Andrade (2017), acrescenta que a moral também pode ser definida como o conjunto de regras adquiridas por meio da cultura, da educação, da tradição e do cotidiano, que orientam o comportamento das pessoas. Desta forma, pode-se dizer que a moral é o comportamento e se refere às regras que orientam os indivíduos no convívio diário, norteados suas ações e seus julgamentos sobre o que é certo ou errado, bom ou mau. “Os princípios morais da honestidade, da bondade, do respeito, e da virtude, dentre outros, são valores universais que regem a conduta humana e tornam as relações harmoniosas” (ANDRADE, 2017, p.12). O autor complementa dizendo que disseminar princípios e valores morais é, sobretudo, garantir um futuro melhor para toda a população.

Na atualidade, o termo moral é utilizado de diversas maneiras conforme o contexto em que se encontra (CORTINA; MARTÍNEZ, 2001). Essa multiplicidade de usos e conceitos revela-se também na opinião de grandes pensadores, tais como Paul Ricouer, o qual trata a moral como uma realização limitada do enfoque ético, embora legítima e indispensável (BONILLA, 2008). O francês aborda a moral pelo lado obrigatório, marcado por normas e interdições que se caracterizam por uma exigência de universalidade e, ao mesmo tempo, por um efeito de constrição (GONTIJO, 2006). Para os espanhóis Adela Cortina e Emilio Martínez, a palavra moral pode ser usada como substantivo ou adjetivo. Na primeira acepção, utilizada como substantivo, os autores descrevem cinco definições: 1) refere-se ao modelo de conduta socialmente estabelecido em uma sociedade; 2) tange ao código de convicções pessoais de alguém; 3) compreende as diferentes doutrinas morais e as teorias éticas que tentam explicar o fenômeno moral; 4) aborda uma disposição de espírito produzida pelo caráter e pelas atitudes de uma pessoa ou grupo; 5) trata da dimensão moral da vida humana que é o campo das ações e das decisões. Em seguida, como adjetivo, o vocábulo é empregado em oposição à “imoral” e à “amoral”, obviamente em usos vinculados à ética (BONILLA, 2008; GONTIJO, 2006; CORTINA; MARTÍNEZ, 2001).

O vocábulo é algumas vezes utilizado como sinônimo de ética. “Entretanto, usa-se a palavra moral mais freqüentemente para designar códigos, condutas e costumes de indivíduos ou de grupos, como acontece quando se fala da moral de uma pessoa ou de um povo” (FIGUEIREDO, 2008, p.4). O mesmo autor afirma que um fato moral refere-se aos costumes e às regras de conduta admitidas numa determinada sociedade de acordo com suas tradições ou realidade cultural. Para Neme e Santos (2014), a ética e a moral estão entrelaçadas, sendo a moral entendida como um conjunto de normas para o agir específico ou concreto. “Assim, constitui-se de valores e preceitos ligados aos grupos sociais e às diferentes culturas, determinando o que é ou não aceito por este grupo como bom ou correto” (NEME; SANTOS, 2014, p.2). Apesar dos significados serem distintos, existe uma estreita articulação entre os termos. Na medida em que a ética tem como objeto de estudo a própria moral, uma não existe desligada da outra. Nesse sentido, tanto a ética implica a moral, como a moral implica a ética, desenhando-se entre elas uma importante relação de circularidade ascendente e de complementaridade (PEDRO, 2014).

Em relação ao termo moralidade, admite-se o uso como sinônimo de moral, seja no sentido de alguma concepção concreta, seja numa dimensão da vida humana identificável entre outras e não redutível a nenhuma, frente a fenômenos como a legalidade e a religiosidade. Além disso, a moralidade pode ser distinguida de eticidade na contraposição filosófica de raiz hegeliana (BONILLA, 2008; CORTINA; MARTÍNEZ, 2001; GONTIJO, 2006).

É importante, ainda, abordar o Direito para discutir ética e moral (GLOCK; GOLDIM, 2003; REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020). “Dentre as formas de conhecimento humano, a jurídica é a que guarda maior intimidade com a moral. É com base na profunda vinculação moral/direito que se pode estabelecer o relacionamento ética/direito” (NALINI, 2006, p.108). Diante disso, pode-se dizer que são três áreas do conhecimento que se distinguem, mas que possuem grandes vínculos e até mesmo sobreposições. A moral e o Direito têm suas particularidades, no entanto, ambas se baseiam em regras que visam estabelecer uma certa previsibilidade para as ações humanas. O Direito estabelece o regramento de uma sociedade delimitada pelas fronteiras do Estado. Suas leis têm uma base territorial, ou seja, valem apenas para a área onde vive uma determinada população. Já a moral define as regras que são assumidas pela pessoa individualmente, como uma forma de garantir o seu bem-viver. A moral independe das fronteiras geográficas, porém garante certa identidade entre aqueles que utilizam o mesmo referencial. Em contrapartida, a ética não estabelece regras. É uma reflexão sobre a ação humana, um estudo sobre o que é bom ou mau, correto ou incorreto, justo ou injusto, adequado ou inadequado. Um dos objetivos da ética é buscar justificativas para as regras propostas pela moral e pelo Direito (GLOCK; GOLDIM, 2003).

Deste modo, uma das principais características do fenômeno moral é a normatividade. Aliás, ao entender a palavra norma no sentido prescritivo amplo, é possível indicar um traço característico de obrigatoriedade tanto para as normas morais, como para as jurídicas, religiosas, sociais e técnicas, entre outras (BONILLA, 2008). Por sua vez, é necessário destacar que norma e valor são geralmente confundidos como termos sinônimos. Porém, enquanto a norma refere-se ao domínio do “obrigatório” ou socialmente “permitido”, a especificidade do valor se estrutura e organiza em volta de conceitos como “bom” e “mau” (PEDRO, 2014).

Com efeito, os seres humanos vivenciam experiências morais em sua rotina. Certos atos despertam um sentimento de estima e aprovação. Outros, porém, suscitam uma reação de reprovação e repulsa. Subjetivamente, experimenta-se satisfação ou constrangimento, como se existisse algo que aprovasse ou censurasse condutas e intenções (SILVA, GRACIOSO; 2019). “Toda cultura e cada sociedade institui uma moral, isto é, valores concernentes ao bem e ao mal, ao permitido e ao proibido, e à conduta correta, válidos para todos os seus membros” (CHAUI, 2000, p.436). Enfim, inquestionável é o fato de que não se pode abrir mão das aspirações éticas por uma vida melhor, nem dos deveres morais para consigo e para com o outro (GONTIJO, 2006).

Portanto, da relação tridimensional entre valores, ética e moral, pode-se aduzir valores morais e valores éticos. Todavia, nem a moral nem a ética reduzem a sua esfera de pensamento e ação somente à esse tipo de valor, dado que o mundo dos valores é imenso e infinito (PEDRO, 2014). “Inegável é, contudo, a importância que cada um destes conceitos se reveste quer para o dizer quer para o fazer ético humano nos diversos contextos em que o sujeito se insere” (PEDRO, 2014, p.497).

2.3 Conduta ética: virtudes e vícios

A conduta humana deve respeitar normas implícitas no convívio ou explícitas em manuais, em códigos e na lei (ARANTES, 2013). Além disso, para que haja conduta ética é preciso que exista o agente consciente, ou seja, o sujeito que identifica a diferença entre o bem e o mal, o certo e o errado, o permitido e o proibido, a virtude e o vício. A consciência moral reconhece tais diferenças, julgando a relevância das atitudes em conformidade com os valores morais. Desse modo, consciência e responsabilidade são condições indispensáveis da vida ética (CHAUI, 2000). “A consciência moral manifesta-se, antes de tudo, na capacidade para deliberar diante de alternativas possíveis, decidindo e escolhendo uma delas antes de lançar-se na ação” (CHAUI, 2000, p.433). Observa-se, ainda, a competência para avaliar e pesar as motivações pessoais, as exigências feitas pela situação, as consequências para si e para os outros, a conformidade entre os meios e os fins, a obrigação de respeitar ou transgredir o estabelecido (CHAUI, 2000).

Conforme Figueiredo (2008), a ética serve para conduzir as atitudes humanas a respeito das boas ações, consideradas virtudes, além das más ações, tidas como vícios. O comportamento virtuoso é uma qualidade fundamental na alçada da ética e corresponde somente a pessoas que possuem valores consolidados (SÁ, 2014). “O campo ético é, assim, constituído pelos valores e pelas obrigações que formam o conteúdo das condutas morais, isto é, as virtudes” (CHAUI, 2000, p.434).

A palavra virtude é originada do latim (*vis*) que significa força e energia. É uma qualidade moral, um atributo positivo de um indivíduo, sua disposição para praticar o bem. Além disso, a ética está relacionada com a virtude e com a luta do homem para superar seus vícios (ANDRADE, 2017).

Para Aristóteles, virtude é a capacidade somada a disposição da vontade, ou seja, a excelência de fazer o bem (SILVA, 2013). “Quanto mais o homem se aperfeiçoar em praticar uma determinada atividade, melhor ele se torna” (SILVA, 2013, p.79). Virtude é, portanto, a maneira pela qual o ser humano busca atingir a plenitude de seu ser. Aliás, o objetivo em relação à virtude não é conhecer, e sim estabelecer o exercício da ação (SILVA, GRACIOSO; 2019). Sá (2014), também recorre ao filósofo grego para ensinar que os hábitos dignos de louvor são chamados de virtudes. O autor ressalta que os virtuosos são dignos de admiração ainda que o meio em que vivam ou trabalhem não proporcione a prática da conduta virtuosa. Conseqüentemente, uma “boa pessoa” é virtuosa, pois age bem e, acima de tudo, deseja o bem (TAILLE, 2000).

Engler (2014), em seu artigo sobre a tradução de parte da obra “Ética a Nicômaco”, completa dizendo que louváveis são também as causas das virtudes, aquilo que as acompanham, os resultados que surgem a partir delas e as suas obras, ao passo que condenáveis são as coisas opostas. Deste modo, louváveis são as coisas belas e entre elas estão as virtudes. Já os vícios, estão associados entre as coisas censuráveis e desonrosas.

Além disso, as virtudes são classificadas por Aristóteles em dois segmentos: as intelectuais e as morais (ANDRADE, 2017; FIGUEIREDO, 2008; HOBUSS, 2011; SILVA, 2013; TAILLE, 2000). Segundo Andrade (2017), as virtudes intelectuais resultam do ensino, ou seja, nascem e progridem graças à aprendizagem e à educação; ao passo que as virtudes morais são adquiridas pelos hábitos. Dessa forma, Silva (2013) acrescenta que a virtude moral não surge no homem por natureza, isso

quer dizer que o homem não nasce capacitado a praticá-la. “No entanto, a natureza dá ao ser humano a aptidão em recebê-la, desde que se habitue a exercitá-la” (SILVA, 2013, p.80). Disso, resulta fundamental a noção de hábito na ética de Aristóteles, pois somente por meio do hábito é possível cultivar as excelências ou virtudes, seja do ponto de vista ético ou da ordem do caráter (BROCCO, 2017). Entende-se, então, que não existem virtudes inatas, pois todas se adquirem pela repetição dos atos (ANDRADE, 2017).

De acordo com Silva (2013), a prudência, a sabedoria, a inteligência e o discernimento são formas de virtude intelectual. Por sua vez, a liberalidade e a moderação são exemplos de virtude moral. Vale dizer que autores, como Brocco (2017), Engler (2014), Nodari (1997), Silva e Gracioso (2019), descrevem outras virtudes além das citadas anteriormente e cada um deles faz considerações próprias embasadas nos ensinamentos de Aristóteles.

O conceito de prudência é um dos mais originais da moral aristotélica. É a virtude do intelecto prático e o conhecimento que lhe é próprio é um conhecimento específico. A prudência consiste em saber dirigir corretamente a vida do homem. É o princípio da decisão e a decisão é o princípio da ação. A sabedoria é outra virtude intelectual. Mais elevada e suprema, tem por objeto as coisas tais como existem em si. Em sua imutável verdade, a sabedoria considera o necessário e o eterno (NODARI, 1997). Engler (2014), expõe que a prudência é uma virtude da parte racional, organizadora dos esforços voltados para a obtenção da felicidade. Da prudência é próprio aconselhar-se, julgar os bens, os males e tudo o que deve ser escolhido na vida e evitado. Para essa virtude, cabe também portar-se de maneira impecável para com os outros, além de estar ciente dos momentos que são oportunos.

Brocco (2017) trata da noção do termo grego (*phronesis*), que possui algumas traduções distintas como prudência ou sabedoria. O autor utiliza ainda a palavra sensatez para se referir à (*phronesis*). “A sensatez liga-se à deliberação ou decisão correta acerca de coisas que são boas e vantajosas para si próprio, num universo de todas as qualidades que dizem respeito ao viver bem” (BROCCO, 2017, p. 116). O conceito de (*phronesis*) está conectado ao de (*sofrosyne*) ou temperança, que é a salvaguarda da sensatez. A sensatez diferencia-se da sabedoria que é a tradução de (*sofía*). A

sabedoria está mais ligada ao conhecimento científico e à perícia e, de modo geral, ao conhecimento teórico das coisas eternas e imutáveis (BROCCO, 2017).

A temperança é uma virtude pela qual as pessoas tornam-se indiferentes a todo o prazer vil. Da temperança é próprio posicionar-se perante a vida da mesma maneira nas coisas insignificantes e nas importantes. A disciplina, a ordem, o pudor e a precaução acompanham a temperança (ENGLER, 2014). “O indivíduo que pauta suas ações pelo justo meio é temperante: como a temperança é a equidistância dos extremos, ela equivale à sabedoria prática (SILVA; GRACIOSO, 2019, p.30).

Engler (2014), fala também da virtude do autocontrole, pela qual as pessoas reprimem, com auxílio da razão, o desejo que as impele aos prazeres indignos. “Do autocontrole é próprio ser capaz de reprimir, por meio da razão, o desejo que incita a gozos sensoriais vis e a prazeres, e também ser firme e paciente, assim como ser capaz de suportar tanto privações advindas da natureza quanto dores” (ENGLER, 2014, p.743). Brocco (2017), adiciona que o autodomínio (*akrasía*) liga-se à excelência de caráter da temperança. Há três formas dentre as disposições do caráter humano que devem ser evitadas: a perversão, a falta de autodomínio e a bestialidade.

Já a coragem é a virtude na qual o ser torna-se imperturbável aos temores relativos à morte. O homem torna-se confiante diante de coisas temíveis e ousado ante os perigos. Sobretudo, prefere morrer de forma bela a salvar-se de forma vergonhosa (ENGLER, 2014). “É próprio ainda da coragem esforçar-se, ser firme e paciente e comportar-se de modo varonil. Acompanham a coragem ousadia, bravura e confiança, e ainda laboriosidade e resistência” (ENGLER, 2014, p.743).

O mesmo autor informa que a mansidão é uma virtude por meio da qual as pessoas tornam-se desinclinadas à ira. “Da mansidão é próprio ser capaz de suportar com modos reprimendas e humilhações, e não incitar-se imediatamente à vingança, nem ser facilmente inclinado à ira, sendo, ao contrário, dócil de caráter e inimigo de contendas, e tendo tranquilidade na alma e estabilidade” (ENGLER, 2014, p.743).

Brocco (2017) diz que a justiça é a virtude cuja disposição de caráter faz com que os homens ajam justamente. O justo vive conforme às leis, uma vez que o injusto é um transgressor das leis. Quem possui a justiça como virtude tem o poder de usá-la não apenas para si, mas também para com os outros. “Nota-se que a justiça é uma espécie de virtude de todas as virtudes. Pois, se a aferição do que é justo não estiver presente em cada caso, não haverá virtude” (SILVA; GRACIOSO, 2019, p.29). Já Engler (2014), aborda a justiça como a virtude da alma que reparte algo devidamente. Corresponde à justiça dizer a verdade no que está em disputa, além de salvaguardar os costumes, os usos e as leis. À justiça seguem-se a piedade, a santidade, a veracidade, a lealdade e o desprezo pela maldade.

Magnanimidade é a virtude da alma pela qual as pessoas tornam-se capazes de suportar ventura e desventura, honra e desonra, assim como não admirar o luxo, a bajulação e o poder, mas possuir, em contrapartida, certa profundidade e grandeza de alma. A simplicidade de caráter e a veracidade relacionam-se à magnanimidade (ENGLER, 2014). “Magnânimo é aquele que não faz muito caso da vida, e tampouco é aficionado pela própria sobrevivência. Simples de caráter e nobre, é capaz de suportar injustiça e não se tornar vingativo” (ENGLER, 2014, p.744).

Da liberalidade é próprio ser pródigo com os bens despendidos na obtenção de coisas louváveis e generoso em gastar no que é devido. Além do mais, o liberal auxilia nas disputas e não toma donde não se deve (ENGLER, 2014). “À liberalidade seguem-se a flexibilidade de caráter, boa educação, amor à humanidade, bem como o ser compassivo, amigo dos amigos, hospitaleiro e amante da beleza” (ENGLER, 2014, p.744).

Nodari (1997), pontua que Aristóteles conecta a amizade à virtude. Ele afirma que a amizade ajuda as pessoas a pensar, a agir, a manterem-se unidas e a praticar a justiça. Brocco (2017) trata da amizade como um tópico de importância no âmbito da ética aristotélica, equiparando-a em relação à justiça e dividindo-a em três tipos: as baseadas no prazer, as baseadas na utilidade e as baseadas na excelência. Dentre elas, a amizade mais autêntica seria a que se estabelece entre homens de bem.

Aristóteles interliga, ainda, a felicidade à atividade virtuosa (NODARI, 1997). A verdadeira felicidade não incide propriamente na virtude, mas sim na atividade da virtude, na vida racional,

para a qual a virtude dispõe o ser humano (SILVA, 2013). “Visto que o homem não consegue viver sem uma certa dose de alegria e deleite, o prazer é uma recompensa natural da vida virtuosa” (NODARI, 1997, p.402). O filósofo grego fala, ainda, sobre o prazer e a felicidade conectada à contemplação. Ele parece construir o conceito de contemplação como uma união do conhecimento teórico da sabedoria voltado à prática da (*phronesis*) ou sensatez (BROCCO, 2017). “A capacidade de conhecer e compreender o universal e o particular, enquanto atividade contemplativa, seria a síntese dessa felicidade suprema que define o humano” (BROCCO, 2017, p. 118). Nesse sentido, as virtudes são imprescindíveis para a felicidade, mesmo não sendo ainda o supremo bem. Assim, a alma humana encontra na prática das virtudes, dentro do exercício de suas faculdades racionais, a satisfação mais plena. A virtude é, portanto, a condição fundamental da felicidade (NODARI, 1997).

Ademais, as virtudes, assim como os vícios, não somente remetem a uma leitura valorativa da pessoa humana como referem-se também a qualidades desejadas (TAILLE, 2000). É próprio da virtude fazer o bem aos que o merecem, amar os bons, além de não ser retaliativo nem vingativo, porém gentil, afável e tolerante (ENGLER, 2014). “À virtude seguem-se honestidade, razoabilidade, indulgência, otimismo e ainda coisas como ser amante do lar e dos amigos, ser camarada, hospitaleiro, amante da humanidade e da beleza” (ENGLER, 2014, p.746). Em contrapartida, dos vícios são próprias as coisas contrárias. São exemplos: a imprudência, a irascibilidade, a covardia, a intemperança, a indisciplina, o descaramento, a desordem, a preguiça, a despreocupação, a negligência, a frivolidade, a impiedade, a ganância, o ultraje, a falta de autocontrole, a avareza, a cobiça, a sovinice, a mesquinhez, a injustiça, a calúnia, a impostura, o falso amor à humanidade, a maldade de caráter e a perversidade. Todas as características dos vícios e as coisas que lhe seguem estão entre circunstâncias censuráveis (ENGLER, 2014).

Por fim, a origem do interesse acerca das virtudes encontra-se na ética grega, sobretudo em Aristóteles (HOBUSS, 2011). No entanto, o tema das virtudes não cabe somente à antiguidade clássica. Tem sido rediscutido por autores contemporâneos por meio da ética moderna, em geral baseados no conceito de direito. Culturalmente, características humanas como coragem, fidelidade e prudência são identificadas, nomeadas e apreciadas na sociedade. Assim como a racionalidade e a moral, o assunto das virtudes é universal (TAILLE, 2000).

3 ÉTICA PROFISSIONAL

Na atualidade, todo o planeta vivencia um momento de redescoberta da ética, uma certa ânsia por incorporar valores morais nas práticas cotidianas, nas atividades científicas, políticas e econômicas. Diante disso, a sociedade tem se organizado e clamado por respeitabilidade, seriedade, moralidade e justiça social. Também os indivíduos, enquanto membros de categorias profissionais, investem na criação de regras de conduta que possam garantir a convivência com seus colegas, com seus clientes e com as instituições a que fazem parte (PASSOS, 1993).

Contextualizada no processo de formação profissional, a ética remete ao ensino-aprendizagem-vivência. Se conecta com a transmissão de valores humanizadores e com a conformação da identidade profissional. Em outras palavras, é o que determina ou contribui para que se pense, aja e reaja às situações profissionais de determinada forma ou com determinado padrão de atitudes (FINKLER *et al.*, 2011).

Em parâmetros gerais, conceitua-se como ética profissional o conjunto de normas morais que os indivíduos devem seguir ao exercer qualquer atividade, sendo comumente regida por códigos de conduta e estatutos específicos criados pelos conselhos de representação de classe (DIAS, 2019). Neme e Santos (2014) complementam dizendo que a ética profissional implica em assumir responsabilidades sociais nas relações de trabalho perante aqueles que dependem do conhecimento e da atividade profissional. Logo, a ética profissional é composta por normas éticas, ou seja, princípios e valores morais que conduzem o comportamento humano e que formam a consciência do profissional, representando imperativos de conduta na sociedade (ANDRADE, 2017).

Enquanto conjunto de valores e princípios morais, a ética profissional não deve deixar de ter sua importância ressaltada diante de qualquer contexto, sejam eles: o setor público, privado, terceiro setor, a sociedade, o indivíduo ou o meio ambiente. Atualmente, muitas organizações têm aumentado o seu interesse por incorporar padrões éticos em suas regras internas visando o bom andamento dos processos de trabalho, além do alcance de metas e objetivos. Isto porque a ética profissional proporciona um exercício diário de honestidade, comprometimento e confiabilidade

nas tomadas de decisões (ANDRADE, 2017). Por conseguinte, qualquer decisão tomada no ambiente de trabalho traz implicações para si mesmo, para o cliente ou usuário do serviço, para as empresas envolvidas e para o conjunto geral da sociedade. Deste modo, “uma decisão ética resulta de uma deliberação, de uma escolha consciente diante da pluralidade de elementos que envolvem determinada questão” (SAMPAIO; RODRIGUES, 2014, p. 91).

Nota-se que as regras que regem a relação entre profissionais, clientes e colegas podem ser formais, descritas por escrito, ou simplesmente rotineiras com controles normativos do cotidiano. Também em relação às obrigações corporativas, pode-se estabelecer um código de ética formal de acordo com os cânones da ética profissional ou podem haver premissas culturais não escritas (ABBOTT, 1983).

Outro ponto a ser examinado é o das atividades voluntárias. O profissional que se dispõe a exercer um trabalho sem receber nenhum tipo de pagamento, seja com fins assistenciais ou na prestação de serviços em beneficência, deve agir com o mesmo comprometimento de um ofício remunerado. O voluntário deve agir eticamente, independente se a atividade filantrópica correspondente à mesma profissão praticada mediante remuneração ou se está fora da área em que atua (GLOCK; GOLDIM, 2003).

Para Rezende, Campos e Araújo (2020), a atuação profissional deve ocorrer seguindo alguns princípios mínimos de convivência ética e pode ser estruturada sob a forma de normas de conduta: os códigos de ética profissional. Tais códigos devem ser construídos a partir do envolvimento dos variados seguimentos da categoria profissional e com a maior representatividade possível de seus membros. Contêm infrações éticas e penalidades (caso os limites preconizados sejam ultrapassados), além de ponderações sobre a atuação no mercado de trabalho e na academia (docência envolvendo ensino, pesquisa científica e extensão). Ademais, os códigos de ética normalmente contemplam as especificações dos deveres (deontologia) e dos direitos (diceologia) do profissional.

É importante destacar, contudo, que nenhuma prática profissional está isenta da reflexão ética. Mesmo as profissões que não têm um “código de ética” com normas de conduta explícitas ou

escritas, há uma ética aplicada ao exercício da sua atividade. Portanto, a prática profissional consciente expressa compromisso ético. Isto é, significa não apenas uma boa formação e competência teórico-técnica, mas também uma boa formação pessoal que promova o desenvolvimento da capacidade de respeitar e ajudar a construir o ser humano, sua dignidade, a cidadania e o bem-estar de todos (NEME, SANTOS, 2014).

3.1 Conceito de profissão

O termo profissão designa o exercício rotineiro de uma tarefa a serviço de outras pessoas. Além disso, a profissão não deve ser apenas uma forma de “ganhar a vida”, mas um meio de ganhar pela vida o que ela pode proporcionar, representando, contudo, um propósito de fé (SÁ, 2014). Adela Cortina (2000) reitera que a profissão vai além de uma ocupação que possibilite a obtenção de renda e status. É uma prática social que adquire seu verdadeiro sentido e significado no bem ou no serviço que se presta à sociedade. Arantes (2013) adiciona que os benefícios, tanto para quem desempenha alguma tarefa profissional como para quem é beneficiado por sua execução, também integram este conceito.

Já Nalini (2006), pontua que a profissão é uma atividade desenvolvida em benefício próprio, cuja função social é satisfazer o bem particular de quem exerce a tarefa. O autor diz ainda, que convém examinar um elemento contido na definição de profissão: o aspecto de atividade a serviço dos outros. “O exercício de uma profissão pressupõe um conjunto organizado de pessoas, com racional divisão do trabalho na consecução da finalidade social: o bem comum” (NALINI, 2006, p.254). Assim, conjugam-se os seguintes objetivos: “adota-se o serviço contemplando o bem alheio e com o intuito de atender à própria necessidade de subsistência” (NALINI, 2006, p.254).

Para Miranda (2020), uma profissão é concebida como a capacidade adquirida pelo sujeito para a realização de trabalhos especializados. Em todo o mundo, as profissões representam elementos centrais do progresso e são fatores estratégicos no crescimento da sociedade, pois impulsionam e promovem o desenvolvimento social, cultural, científico e tecnológico, juntamente com mudanças no estilo de vida dos indivíduos. Por meio de seu exercício e do trabalho diário, lançam as bases

para uma nova e melhor maneira de viver. Hoje, no sistema de ação profissional, formado por indivíduos de diversos perfis, existe uma grande oportunidade de atuar e contribuir para a resolução de problemas e desafios enfrentados pelas sociedades atuais e futuras.

Arantes (2013), diz ainda que o exercício de uma profissão exige habilidades técnicas. Porém, a prática profissional requer, acima de tudo, o exercício da moral e da ética, colocando em evidência as virtudes universais que permeiam os relacionamentos sociais. Desta forma, condenam-se as atividades marcadas pela ausência de respeito ao ser humano. Logo, o exercício profissional deve respeitar a dignidade do homem, virtude necessária para a prática de qualquer atividade.

Lucato e França (2007), complementam dizendo que o exercício de uma profissão agrega sua função social com a satisfação particular de quem a exercita. O profissional deve dominar as regras da ciência, ter o conhecimento técnico atualizado e exigível para um desempenho eficiente, além de estar consciente de seu papel e comprometimento perante a sociedade.

A ética permeia a prática da profissão na medida em que a conduta condizente com a moral e a legislação garantem benefícios para os profissionais, para a categoria à qual pertencem e para toda sociedade. A autora ressalta que a conduta ética universal não depende da cultura, cujos costumes são diferenciados nas diversas regiões do globo. O zelo, a honestidade e a competência, por exemplo, são virtudes desejadas em qualquer exercício profissional independente da área de atuação ou cultura envolvida (ARANTES, 2013).

Nalini (2006), adiciona que cada profissão deve se exercida integralmente de modo estável e honroso. Com isso, espera-se que o professor ensine, que o médico se interesse e lute pela saúde do paciente, que o motorista dirija com segurança, que o pedreiro construa adequada e solidamente, que o advogado resolva juridicamente as questões do direito, e assim por diante.

Dado que as profissões ocupam um lugar relevante tanto em nível social como pessoal, a ética profissional é considerada como uma condição para realização do bem e da justiça. Da mesma forma, em nível pessoal, está fortemente ligada aos projetos de vida, à definição do autoconceito e da autorrealização (MIRANDA, 2020). Desta forma, por se tratar da concretização de um projeto

de vida, via de regra, as profissões perduram durante boa parte da existência do ser humano (NALINI, 2006).

Vale dizer ainda, que as profissões normalmente atendem ao apelo vocacional. “Vocação já indica etimologicamente o chamado a que o vocacionado atende quando abraça uma atividade” (NALINI, 2006, p.254). Nesse sentido, o profissional que segue sua vocação assume uma identidade mais completa ao reconhecer o valor de sua profissão e enfrentar os desafios que ela representa. As pessoas se sentem mais realizadas quando fazem o que gostam e podem encontrar sentido em seu trabalho colaborando com o ambiente ao seu redor (MIRANDA, 2020).

Todavia, as profissões podem ser enobrecidas pelas ações corretas e competentes. Entretanto, podem também ensejar a desmoralização por meio da quebra de princípios éticos e da conduta inconveniente (SÁ, 2014). De acordo com Arantes (2013), o indivíduo assume um compromisso com a sociedade e com os colegas de profissão ao pertencer à uma classe profissional, qualquer que seja sua natureza. A autora destaca, ainda, que existe uma tendência para generalizar a atuação profissional, fazendo referências negativas ou positivas de determinada classe profissional apenas pela observação de um ou de alguns indivíduos, cujo comportamento ético é questionável.

Além disso, todas as profissões demandam um proceder ético (NALINI, 2006). Nesse sentido, falar de ética não é apenas agregar condições à prática profissional, mas sim enfocá-la explicitamente em um campo específico da atividade humana, ao qual se aplicam conhecimentos fundamentais. Embora haja uma tendência marcante para o desenvolvimento de códigos éticos, é reconhecido que a ética da profissão é aprendida ao mesmo tempo que a profissão e, geralmente, de forma implícita (MIRANDA, 2020).

Contudo, um bom profissional conhece seus deveres, escopo e compromissos, mesmo que não saiba de cor as regras ou regulamentos (MIRANDA, 2020). Sob essa premissa, a disseminação de códigos deontológicos de muitas categorias profissionais, como de médicos, engenheiros, dentistas, jornalistas, publicitários, dentre outros, apenas evidenciam a oportunidade e a relevância do tema (NALINI, 2006).

3.2 Deontologia e Diceologia

A noção de moral, em particular, pressupõe o sentido de deveres e direitos. A Deontologia está associada a moral dos deveres e a Diceologia relaciona-se com a moral dos direitos (LAZZARINI, 1998).

Conforme o Dicionário *Online* de Português Dicio ⁵, a diceologia é uma teoria que fundamenta os direitos profissionais e sua origem etimológica vem do grego *dikaiologia*. Já a deontologia é a ciência dos deveres; moral; conjunto de normas que guiam uma profissão de acordo com um código determinado. A etimologia da palavra deontologia parte do inglês *deontology*; pelo grego *déontos*. Assim, a diceologia é a codificação dos direitos e a deontologia é a codificação dos deveres profissionais do ser humano.

O vocábulo deontologia é considerado como um neologismo, introduzido por Jeremy Bentham, na nomenclatura filosófica. Isto porque o filósofo e economista inglês adotou o termo no título de uma de suas obras: *Deontology or the Science of Morality*, a qual foi publicada postumamente no ano de 1834. A Deontologia, em verdade, coincide com a ciência da moralidade da ação humana ou com a ética. É a ciência do que é justo e conveniente ao homem, do valor que pressupõe e do dever da norma que dirige o comportamento humano (LAZZARINI, 1998).

Segundo Nalili (2006), a Deontologia é a ciência dos deveres. Consequentemente, a Deontologia Profissional é o âmbito que abrange o grupo de princípios e regras que disciplinam os comportamentos particulares dos integrantes de uma determinada profissão. “As normas deontológicas não se confundem com as regras de costume, de educação e de estilo, as quais são de cumprimento espontâneo” (NALINI, 2006, p.256).

A Deontologia define, então, o conjunto de regras fixadas por uma determinada categoria profissional exprimindo um acordo sobre as relações que tais profissionais estabelecem entre si, propondo-as também à sociedade. Regula as ações do profissional tornando-as adequadas ao

⁵ Consulta realizada no site. Disponível em: <https://www.dicio.com.br>. Acesso em: 16 maio 2021.

momento histórico-social. Estabelece condutas que devem ser assumidas e pune as condutas reprováveis (LUCATO; FRANÇA, 2007).

No início de uma profissão, não basta definir o que é bom. Mais do que isso, é preciso que o profissional queira fazer o melhor e o efetive cumprindo adequadamente uma conduta estabelecida pelos limites da prática da ciência a que se dedica com a correção necessária para que seja legitimada (LUCATO; FRANÇA, 2007). Contudo, a esfera da conduta ética não é delineada de maneira precisa (NALINI, 2006). “Muitas posturas há que podem restar na fronteira entre a conduta ética e a conduta não-ética” (NALINI, 2006, p.256). Dito isso, o papel da deontologia é guiar os comportamentos profissionais oportunos e indicar aqueles que devem ser evitados (LUCATO; FRANÇA, 2007).

Assim, a deontologia caracteriza-se como um conjunto de normas e princípios que tem por objetivo orientar as relações dos profissionais com seus pares, com seus clientes, com sua equipe de trabalho e com as instituições a que servem. Observa-se que as regras deontológicas normalmente são particulares e objetivas a cada categoria, haja vista que a margem de aplicação é limitada ao círculo profissional específico (PASSOS, 1993).

3.3 Códigos de ética profissional

Conforme Matheus (2012) a ética não é constituída apenas de princípios, pois ela também supõe a sua aplicação. Em se tratando de prática, o código de ética de cada setor profissional define os critérios de conduta admitidos, ligando os princípios gerais da ética às situações específicas de cada profissão. A rigor todo ofício deveria ter seu código de ética, mas nem todos o fazem. Vale dizer, que os códigos de ética não constituem leis, pois só estabelecem penas ou punições limitadas ao exercício profissional. São apenas sugestões prévias de boas práticas para guiarem a conduta dos profissionais em cada área de atuação.

Sardeiro (2017) pontua, ainda, que toda atividade de trabalho se desenvolve em um contexto específico. Sendo assim, espera-se que cada trabalhador possa desenvolver as questões referentes

à sua própria atuação de modo a respeitar um universo maior de profissionais agindo da mesma forma. Para tal, os códigos de ética prescrevem ações por meio de um conjunto de normas.

Abbott (1983), ressalta que os códigos de ética são a forma cultural mais concreta em que as profissões reconhecem suas obrigações sociais. Tais códigos tratam de indivíduos e comportamentos, podendo ser encontrados em vários grupos de atuação diferentes, inclusive no campo dos profissionais liberais. Além disso, são mecanismos de aplicação quase que universais nas profissões, empregados de forma isolada ou contínuos com outras formas de controle formal.

Os códigos de ética profissional são, portanto, documentos que estabelecem as regras que orientam a conduta de grupos da sociedade que se identificam com princípios comuns, podendo ser aplicados a entidades de classes, empresas e instituições, entre outros (RICALDONI; SILVA; REZENDE, 2018). Andrade (2017) também descreve os códigos de ética como documentos que servem para nortear condutas. Tais códigos têm por objetivo evidenciar a missão, os princípios, as atitudes e os comportamentos adequados a uma determinada profissão ou empresa. Manifestam os valores básicos que pautam a conduta no mundo dos negócios, de forma a atender às necessidades que a categoria representa e os anseios da sociedade. Normalmente, a elaboração de um código de ética é embasada na legislação vigente do país, na Declaração dos Direitos Humanos, nas Leis Trabalhistas e nas Resoluções e Normas dos Conselhos Profissionais de cada ofício. Logo, os códigos de ética especificam o papel das profissões na sociedade e a importância do respeito à dignidade humana no exercício de cada atividade.

Além disso, são formulados após uma reflexão sobre os fatos concretos do cotidiano da profissão, sobre o que beneficia e o que prejudica a categoria, sendo o processo gerenciado pelos próprios profissionais do grupo em que estão inseridos, isto é, pelos principais gestores de uma organização ou pelos conselhos que regem cada setor (LUCATO; FRANÇA, 2007).

Geralmente, os conselhos profissionais e as instituições possuem um conselho de ética que é o órgão responsável por definir e elaborar o conteúdo dos referidos códigos de ética. Todo conselho de ética é formado por profissionais conceituados escolhidos pela classe que representam, os quais exercem funções sem vínculo empregatício e com responsabilidade ética legal sobre os assuntos

de sua categoria. Esses conselhos funcionam como tribunais, julgando as situações que podem gerar sanções (éticas ou disciplinares) com base nas regulamentações dos códigos correspondentes aos setores em que estão inseridos (ANDRADE, 2017).

Andrade (2017) revela ainda que os códigos de ética são constituídos de direitos, deveres, proibições, sanções e punições. “As condutas que beneficiam a profissão são consideradas como direitos e deveres, e as que possam denegrir tanto a profissão como os seus profissionais são consideradas infrações éticas merecedoras de sanções previstas pelo próprio código” (LUCATO; FRANÇA, 2007, p.128). Observa-se que as proibições são as condutas vetadas no exercício da profissão. E, no caso de desobediência ou descumprimento do código, são previstas punições éticas ou disciplinares (ANDRADE, 2017). Porém, o simples cumprimento dos deveres e direitos profissionais, não torna o profissional ético. A punição prevista para o infrator também não o torna ético. Contudo, um indivíduo será ético apenas quando puder interpretar e agir por si mesmo de acordo com os preceitos de um código deontológico (LUCATO; FRANÇA, 2007).

A sociedade é pluralista, os valores e os interesses são próprios de cada indivíduo. Os conflitos no exercício de uma profissão ocorrem, e para diminuí-los e dirimi-los é necessário haver um órgão fiscalizador regulando e atualizando as condutas esperadas de seus profissionais de acordo com os valores morais vigentes na sociedade em que atuam, para benefício de todos os envolvidos (LUCATO; FRANÇA, 2007, p.128).

Todavia, a aplicação da ética no dia a dia é um assunto desafiador. Compreender o comportamento ético do ser humano é algo bastante complexo e exige uma abordagem adequada para que se possa entender as diversas perspectivas aplicáveis ao assunto. Remetendo ao ambiente corporativo e empresarial, grande parte das organizações têm procurado estabelecer claramente os padrões de comportamento desejáveis de seu corpo funcional. Uma das formas utilizadas pelas empresas é a criação de códigos de ética. Nota-se, porém, que a mera elaboração de um código de ética não garante o alcance de um padrão ético elevado nas instituições. Portanto, é importante a existência de um programa de avaliação e acompanhamento (*compliance*) do cumprimento do código de ética. É necessário também que todos os envolvidos (*stakeholders*) colaborem específica e concretamente para a elevação do padrão ético na corporação. A ética empresarial (*business ethics*) tem como

objeto de estudo problemas morais que afloram nas organizações, mas encontra-se em desenvolvimento e é, ainda, bastante ambígua. Isto porque é um campo de estudo recente, tendo surgido nos Estados Unidos na década de 70 e no Brasil somente nos anos 90. Refere-se a um conjunto de princípios, valores e normas que estão conectados aos conceitos de justiça e igualdade, ressaltando o papel dos funcionários como agentes morais no interior das organizações, bem como a responsabilidade social dessas empresas (BONOCIELLI-JUNIOR; LOPES; WESTPHAL, 2014).

Andrade (2017) destaca que as instituições que criam um clima transparente, de confiança e respeito mútuo, possuem recurso valioso para gerar credibilidade, além de incentivo para o sucesso. Diante da inserção da comunidade nas decisões empresariais, é vantajoso para a empresa ser considerada ética, pois tal reputação produz um efeito positivo e poderoso nas relações com as partes interessadas. Observa-se, ainda, que quando a ética é negligenciada nas empresas, a desconfiança, a fraude e a falta de lealdade dos empregados colocam em jogo o destino das organizações.

Ademais, com o objetivo de universalizar comportamentos profissionais éticos, têm acontecido encontros em todo o planeta para a formulação de um conjunto de padrões éticos que possam ser aplicados nas empresas (ANDRADE, 2017; BONOCIELLI-JUNIOR; LOPES; WESTPHAL, 2014).

A Organização das Nações Unidas – ONU – elaborou um conjunto de dez princípios éticos que devem ser obedecidos pelas instituições comerciais ao redor do mundo (BONOCIELLI-JUNIOR; LOPES; WESTPHAL, 2014). A sustentabilidade corporativa começa com o sistema de valores da empresa e uma abordagem baseada em princípios para fazer negócios. Isso significa atuar de forma a cumprir, no mínimo, responsabilidades fundamentais nas áreas de direitos humanos, trabalho, meio ambiente e combate à corrupção. Empresas responsáveis adotam os mesmos valores e princípios onde quer que estejam presentes e sabem que boas práticas em uma área não compensam os danos em outra. Ao incorporar os dez princípios do Pacto Global da ONU em estratégias, políticas e procedimentos, estabelecendo uma cultura de integridade, as empresas não estão apenas

mantendo suas responsabilidades básicas para com as pessoas e o planeta, mas também preparando terreno para o sucesso a longo prazo (ONU, 2020).

Nessa mesma linha, um grupo de dirigentes de grandes empresas internacionais se uniu para fundar a *Caux Round Table* – CAUX – visando discutir os aspectos éticos dos negócios (BONOCIELLI-JUNIOR; LOPES; WESTPHAL, 2014). Assim, em 2004, na cidade suíça de Caux, líderes empresariais europeus, norteamericanos e japoneses se encontraram para elaborar um código universal de ética respaldados num conjunto de valores compartilhados mundialmente, tais como: veracidade, integridade, equidade e igualdade (ANDRADE, 2017). O conjunto de princípios de ética empresarial dessa associação serve de modelo para vários códigos de ética internacionalmente (BONOCIELLI-JUNIOR; LOPES; WESTPHAL, 2014). A CAUX é, portanto, uma rede global de líderes empresariais que projeta estratégias intelectuais, ferramentas de gestão e práticas que buscam fortalecer a iniciativa privada e a governança pública. Sete princípios básicos fundamentam a abordagem da organização, os quais estão enraizados no reconhecimento de que nem a lei, nem as forças do mercado são suficientes para garantir uma conduta positiva e produtiva (CAUX, 2020). Alguns dos princípios da CAUX são semelhantes aos definidos pela ONU, porém existem aspectos diferenciados. O detalhamento das sugestões da ONU e da CAUX fornecem um conjunto de situações nos negócios, sujeitas à aplicação de decisões de caráter moral (BONOCIELLI-JUNIOR; LOPES; WESTPHAL, 2014).

Contudo, Sardeiro (2017) define, em parâmetros gerais, as funções básicas aplicadas a grande maioria dos códigos de ética em vigor atualmente. São elas: 1) delimitar, sob a forma de deveres, um conjunto de ações tidas como valiosas pela comunidade profissional na qual se insere; 2) elencar direitos e prerrogativas próprias da classe profissional na qual as diretrizes do documento estão inseridas; 3) estabelecer critérios e procedimentos para a criação de “tribunais de ética”, responsáveis pela apuração de fatos e responsabilização de atos transgressores das normas instituídas por cada código. Em suma, os códigos de ética são documentos que explicitam os deveres, os direitos e as condutas esperadas dos profissionais ou funcionários das instituições, além de definir sanções e penalidades para a desobediência a estes deveres ou condutas (ANDRADE, 2017).

3.4 Virtudes que norteiam as práticas profissionais

Haja vista que a sociedade se encontra em um estágio de instabilidade provocado por diversas condutas aéticas, Andrade (2017) destaca que é necessário reestabelecer e solidificar o conjunto de princípios corretos aplicados às atividades de trabalho. Desta forma, os valores morais e a ética profissional têm ocupado o centro de diversos debates públicos (MIRANDA, 2020).

Sendo assim, faz-se fundamental refletir sobre os hábitos incorporados no dia-a-dia diante do desenvolvimento de cada atividade. Todos os indivíduos deveriam seguir os padrões éticos da sociedade, além das normas e os regimentos internos das organizações em seus diversos setores. Entretanto, é preciso ter em mente que há uma série de atitudes que não estão descritas nos códigos de todas as profissões, mas que deveriam ser comuns a todos os ofícios que uma pessoa pode exercer. Os códigos de cada profissão são elaborados com o objetivo de proteger os profissionais, a categoria como um todo e as pessoas que dependem daquele profissional. Porém, há muitos aspectos não previstos especificamente e que fazem parte do comprometimento do profissional em ser eticamente correto. Atitudes de generosidade e cooperação em equipe, assim como manter uma postura pró-ativa, contribuem para o engrandecimento e a excelência no desenvolvimento do trabalho (GLOCK; GOLDIM, 2003). Andrade (2017) também reforça a importância da iniciativa para buscar soluções para as questões apresentadas e do espírito de equipe nos trabalhos desenvolvidos em grupo. Isto é parte do que se chama empregabilidade: a capacidade de ser um verdadeiro colaborador, um funcionário que qualquer patrão desejaria ter entre seus empregados (GLOCK; GOLDIM, 2003).

Ademais, a vida em sociedade requer um olhar cuidadoso sobre os princípios que regem as reflexões éticas e que visam o respeito à dignidade do homem (MATOS, 2011; REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020). “Estes princípios norteiam a conduta humana e devem ter como base, as virtudes, que representam o ímpeto do ser humano em praticar o bem. Quando se refletem nas ações, as relações sociais tendem a ser melhores” (REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020, p.138). Nesse cenário, Adela Cortina (2009 *apud* MIRANDA, 2020) parte da ideia de que um bom profissional deve conhecer sua atividade e identificar quais são os ativos e as virtudes internas para atingir a excelência na execução de qualquer tarefa.

Dentre as principais virtudes que norteiam as práticas profissionais, destaca-se a responsabilidade (ANDRADE, 2017; GLOCK; GOLDIM, 2003; REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020). Boff (2014) aponta que a palavra deriva do latim *responsum* e que revela o caráter ético da pessoa. A responsabilidade surge quando o homem se dá conta das consequências de seus atos sobre os outros e sobre a natureza. Rezende, Campos e Araújo (2020) adicionam que a responsabilidade remete ao dever que um indivíduo tem de responder por suas ações ou até mesmo pelas ações de terceiros. Os autores mencionam, ainda, a responsabilidade técnica. Trata-se de um princípio que corresponde a responsabilidade civil, a qual é mencionada no Código Civil Brasileiro, uma lei que rege as relações sociais e atribui ao indivíduo a responsabilidade por toda e qualquer conduta que adotar, inclusive na prestação de serviços.

A honestidade se enquadra tanto na esfera humana quanto no âmbito profissional (ANDRADE, 2017). Está relacionada ao cumprimento daquilo que foi acordado entre as partes (REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020). Glock e Goldim (2003) reforçam a importância da fidelidade como compromisso profissional. Além disso, a honestidade deve estar atrelada à imparcialidade na execução do trabalho e na apresentação de resultados e sugestões. Para que se possa atingir os objetivos esperados, busca-se o aprimoramento e a eficiência na realização das tarefas (ANDRADE, 2017).

Além da competência técnica e do conhecimento geral para oferecer segurança na execução das atividades de trabalho, todo profissional deve buscar o aprimoramento e a atualização contínua (ANDRADE, 2017; GLOCK; GOLDIM, 2003; REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020). Andrade (2017) destaca que o avanço tecnológico e o crescimento vertiginoso da informação nos meios de comunicação têm construído novas percepções e espaços para a atuação profissional. Por isso, é imprescindível estar sempre bem informado, acompanhando não apenas as mudanças nos conhecimentos técnicos da área profissional, mas também nos aspectos legais e normativos, haja vista que muitos processos ético-disciplinares nos conselhos profissionais acontecem por desconhecimento ou por negligência (GLOCK; GOLDIM, 2003).

Glock e Goldim (2003) apontam, ainda, a importância da confidencialidade e da privacidade. O termo sigilo tem origem no latim *sigillum* e significa segredo. Logo, o sigilo profissional trata da proteção dos dados obtidos em razão do exercício de uma atividade de trabalho (SAMPAIO; RODRIGUES, 2014). Desta forma, o sigilo é fundamental, pois segundo Sá (2014) a preservação das informações é obrigatória. Todos os dados repassados a um profissional são sigilosos e assegurados assim por lei. O registro e a guarda de qualquer informação devem ser extremamente cuidadosos, uma vez que podem gerar penalidades em decorrência da invida divulgação (REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020).

Andrade (2017), evidencia a necessidade de se comunicar corretamente no ambiente de trabalho. Oferecer informações cooperando com a equipe, aprender a ouvir os outros, melhorar o vocabulário, não insultar nem gritar com os colegas evitando a violência, são requisitos que compreendem uma comunicação adequada e eficaz. Rezende, Campos e Araújo (2020) acrescentam que as relações profissionais pautadas no diálogo geram mais confiança e estabelecem uma ligação mais harmônica. Glock e Goldim (2003) destacam também a tolerância, o envolvimento e a afetividade e nas relações genuínas entre as pessoas. Desta forma, o relacionamento interpessoal deve ser baseado na compreensão, na ajuda mútua e no respeito, privilegiando as boas maneiras e a boa educação. Uma postura profissional apropriada também deve se pautar no controle emocional, tanto nos relacionamentos pessoais quanto nos profissionais, visando a administração de possíveis conflitos verbais (ANDRADE, 2017).

Rezende, Campos e Araújo (2020) observam que o profissional deve estar sempre atento à necessidade de compartilhar suas responsabilidades. Além disso, deve-se ter humildade para recusar um trabalho que não seja capaz de realizar. Caso aconteça algum erro, deve-se fazer uma análise minuciosa da ação, corrigir os danos, aprender com as falhas e seguir adiante. Consequentemente, é preciso ser otimista, acreditar que as adversidades serão vencidas e que algumas situações ruins não perduram para sempre. Deve-se ter esperança que os momentos difíceis irão passar e dias mais promissores surgirão. Andrade (2017) reforça a importância da persistência e da perseverança na busca dos objetivos e metas profissionais.

Por fim, o conhecimento das virtudes profissionais faz-se importante principalmente no processo de elaboração dos códigos de ética que regulamentam as profissões (REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020). A correção de conduta, a flexibilidade e o zelo na execução das atividades, são requisitos que valorizam o profissional. Além do mais, não se deve descuidar da apresentação pessoal, de cultivar bons hábitos e manter boa aparência (ANDRADE, 2017). Glock e Goldim (2003) destacam, ainda, que o comportamento eticamente adequado e o sucesso são indissociáveis. É consensual que se conheça os elementos necessários para o cumprimento de um trabalho com excelência (SAMPAIO; RODRIGUES, 2014), e isto engloba as competências pessoais, as condições institucionais e as relações sociais. Dito isso, a ética profissional proporciona aos indivíduos um exercício diário e prazeroso da honestidade, do comprometimento e da confiança, conduzindo o comportamento e a tomada de decisões. Afinal, é recompensador ser reconhecido, não só pelo bom trabalho, mas também por empreender uma conduta ética exemplar (ANDRADE, 2017).

4 ÉTICA E DESIGN

O conceito de ética, versado em pormenores nos capítulos anteriores, constitui portanto uma tentativa de articular e refletir sobre as diretrizes da atividade e do comportamento do homem. Para os gregos, a conduta humana pode ser ordenada para a produção de artefatos materiais ou bens imateriais, por meio de atividades com fins para si mesmo ou assumidas ao próximo. A busca do que é adequado no domínio do “fazer” é a descoberta por meio da *techne* (arte/técnica) juntamente com a *phoronesis* (prudência/sabedoria). Em certo sentido, a *phoronesis* é apenas uma entre muitas virtudes, porém é a base de todas as virtudes e, por conseguinte, coextensiva com a ética (MITCHAM, 1995).

Já a palavra de origem inglesa, “*design*” é uma derivação moderna do latim “*designare*” (BAHIA, 2017; CARDOSO, 2008; MITCHAM, 1995). Niemeyer (1998), Oliveira e Minchilo (2020) destacam que design significa projeto, configuração, distinguindo-se do vocábulo inglês “*drawing*”, que quer dizer desenho. Vale dizer que existe uma ampla gama de significados atrelados ao termo design, o que transpõe complexa heterogeneidade de definições e descrições (BAHIA, 2017).

A história revela que o surgimento do design está relacionado aos acontecimentos da Revolução Industrial no mundo, tanto no que se refere às mudanças tecnológicas, como no que tange ao processo de acumulação de capital. O ofício solidifica suas raízes entre os séculos XVIII e XIX para atender uma necessidade de desenvolvimento de projetos que aperfeiçoassem a produção nas fábricas. Havia uma demanda por profissionais capazes de adequar os desejos do consumidor e os objetos anteriormente manufaturados aos novos processos industriais (CARDOSO, 2012). Um dos marcos fundamentais para a caracterização do design é a separação nítida entre projetar e fabricar. Assim, o fazer artesanal dá lugar ao planejamento conforme um programa de necessidades e os produtos passam ser produzidos por outras mãos ou por meios mecânicos (CARDOSO, 2008).

Design trata-se, então, de “uma atividade que gera projetos, no sentido objetivo de planos, esboços ou modelos” (CARDOSO, 2008, p.16). O designer opera para conceber/projetar/atribuir e para

registrar/configurar/formar, dando estrutura material a conceitos intelectuais (CARDOSO, 2008). Para Heskett (2008), o design tem grande relevância para a sociedade e praticamente todo o ambiente que cerca o homem pode ser aperfeiçoado por intervenções dessa classe profissional. Papanek (1995) adiciona que os designers têm capacidade para trabalhar com pessoas de muitas culturas e áreas diferentes. Além disso, têm oportunidade de criar algo novo ou de refazer algo para que fique ainda melhor. O repertório de um designer inclui aptidão para investigar, organizar e inovar, combinando as rigorosas considerações técnicas da forma criada com a harmonia estética, além da preocupação com fatores sociais e humanos.

Mitcham (1995) adiciona que o ato de projetar pode muito bem ser comparado a ter-se uma intenção. E, prescindindo qualquer questionamento fundamental do design como forma de se posicionar no mundo, é necessário indagar sobre a presença da ética no design.

Dentro desse panorama, seria possível articular e refletir sobre as diretrizes éticas desse intermediário entre pensamento e ação chamado design? Segundo Aristóteles, o estudo da ética depende da prática da ética. Não se pode articular e refletir sobre o que ainda não se tem, sendo necessária uma diretriz de ação. A tentativa de cultivar a ética dentro do design começa, portanto, com a articulação de orientações para realizar a atividade denominada design. Deste modo, deve-se adotar uma abordagem deontológica e considerar as interações do designer ou os princípios do ato de design em termos de consistência e universalização (MITCHAM, 1995).

Um ponto importante a respeito da ética do design é a natureza do caráter moral do designer. A ética está essencialmente voltada em torno da noção de dever e virtude. E, a maioria dos códigos profissionais de ética pertence a essa tradição. Mas, a ética da virtude é a prática das próprias virtudes, o que leva ao aperfeiçoamento do caráter moral dos indivíduos (D'ANJOU, 2010). Friedrichs (2018) reforça dizendo que as decisões éticas não decorrem unicamente de obrigações e deveres derivados de doutrinas e códigos. A ideia principal é que o designer atue em sintonia com seus próprios valores, assumindo sua respectiva responsabilidade pelos resultados de suas escolhas projetuais. Assim, quando o designer opta por uma determinada ação no desenvolvimento de um projeto, suas escolhas e ações não são arbitrárias, fazem parte da sua maneira de visualizar o mundo (D'ANJOU, 2010; FRIEDRICHS, 2018).

Um dos propósitos da ética no design deve ser o estabelecimento de um firme suporte de valores que norteiem a vida profissional. Para tal é necessária a integração de um conjunto de circunstâncias. Os princípios éticos do designer devem somar-se aos valores éticos esperados na orientação da atividade juntamente com o código deontológico que estabelece os requisitos da profissão. É imprescindível que os valores éticos sejam o sustento motivador para o desenvolvimento de um design que priorize o respeito, a convivência com os usuários e a responsabilidade coletiva (MATARRESE, 2020).

Diante disso, Miranda (2020) destaca a necessidade de se investigar a identidade e os valores relacionados ao âmbito profissional do design, cabendo refletir sobre a orientação ou reorientação dos processos de formação e a importância da ética para posicionar o designer como um agente pertencente ao sistema social que, ao intervir nele profissionalmente, o modifica ou renova. Cada cultura desenvolve seu próprio *ethos* profissional, o que constitui uma ética implícita do design. Contudo, Mitcham (1995) lança uma questão fundamental: em que medida o processo de design como um todo é desejável ou bom para a sociedade contemporânea?

4.1 O designer e a ética no cenário da prática profissional

Considerando o fato de que as práticas profissionais se encontram em constante mutação, não há profissão que permaneça estática. No caso do design, o movimento de transformação não seria diferente. Hoje, os designers estão predispostos à uma infinidade de informações e são "pré-carregados" com um vasto número de competências, embora na realidade ainda precisem vencer muitas deficiências (MIRANDA, 2020). Assim, como em qualquer campo de atividade de trabalho, na hora de tomar uma decisão, o designer pode se deparar com situações adversas que, hipoteticamente, deveriam ser solucionadas sob um ponto de vista ético (HUIDOBRO, 2005).

Vale dizer, que o design é uma profissão transdisciplinar que atende a diversas necessidades de acordo com o projeto em questão. Desta forma, os designers lidam com problemas que envolvem demandas sociais e políticas. Como resultado disso, para trabalhar com eficácia na complexidade

da economia contemporânea, esses profissionais devem possuir uma variedade de habilidades e conhecimentos específicos dentro de cada área de atuação. Além disso, faz-se importante o domínio da arte de engajamento humano com base na ética e no cuidado (FRIEDMAN, 2012).

Ainda de acordo com Friedman (2012), a prática profissional do design é uma atividade econômica. Diferentes formas de design funcionam em setores e nichos específicos da economia. A profissão para a qual formam-se designers atualmente, ocorre em um contexto de várias dimensões. Um desses cenários é o das sociedades industriais democráticas que deram origem e requerem serviços de design. Observa-se que a competição entre o interesse próprio e a preocupação comum formam o pano de fundo ético do estado das democracias industriais na contemporaneidade.

A lógica do sistema mundial de produção estipula, implicitamente, que deve-se produzir e consumir mais, sem imposição de limites ao crescimento e à demanda de ofertas. Este sistema estimula os conceitos de velocidade, transformação e obsolescência, onde o desejo estimula o consumo que, quando insatisfeito, é fonte inesgotável de ilusão, frustração e eterno recomeço. Desta forma, o consumo gera ainda mais consumo. A consequência negativa imediata desta lógica é evidente em dois aspectos: o ecológico, com a depredação da natureza, e o social, com a geração de desigualdades (BOFF, 2014; OLÍVIO *et al.*, 2010). Mas, o momento atual exige uma reinvenção da sociedade, da gestão política, do estilo de vida, das prioridades e, principalmente, em curto prazo, do conceito de consumo. Faz-se também necessária a reconstrução dos valores sociais para a adequação do indivíduo ao senso coletivo, legitimando o bem estar comum. Para tanto, não cabe mais ao homem o conveniente papel de exclusivo consumidor no planeta. É imprescindível implantar uma nova ética social, sendo dever de todos associar a qualidade de vida ao fator ambiental (OLÍVIO *et al.*, 2010).

Conforme Maristela Ono (2004), o processo de globalização destituído de postura ética e moral somado à evolução da tecnociência e da crescente artificialização do mundo, fomenta o desequilíbrio cumulativo da natureza e o surgimento de graves problemas sociais, culturais e econômicos. A autora pontua, ainda, que a cultura do consumo, estimulada pelo marketing e potencializada pelo crédito, transformou-se em uma das principais referências de legitimidade de comportamentos e valores, constituindo-se em um dos eixos centrais das sociedades globalizadas.

Bauman (2008) refere-se, ainda, à liquefação do mundo sólido precedente e à origem de uma segunda modernidade, tida como frágil, difusa e de contornos imprevisíveis. Na era “sólida”, os valores se transformavam em ritmo lento e previsível. Já na segunda metade do século XX, acontecimentos como a instabilidade econômica mundial, o surgimento de novas tecnologias e a globalização, contribuíram para a perda da ideia de controle sobre os processos do mundo e a lógica moral foi substituída pela lógica do consumo. O autor reitera que o advento do consumismo desenfreado assinalou um aumento espetacular da indústria do lixo.

As alterações assinaladas no modo de consumir da população inauguraram uma era pautada nos excessos e nas extravagâncias em que o design, revela-se, muitas vezes, responsável por interligar o consumidor ao produto ou serviço. Perante esse quadro, Friedrichs (2018) aponta que as gerações anteriores de designers foram criadas para resolver problemas e reduzir o trabalho num mundo em que os custos ambientais não eram significativos. Agora, faz-se necessário desenvolver uma nova forma de pensamento para articular as dimensões do trabalho à sustentabilidade. As relações entre design e ecologia se acentuaram nas últimas décadas do século XX. Tradicionalmente o design foi entendido como um recurso para atender às necessidades humanas, valorizando as experiências de bem-estar, conforto e prazer inerentes à sociedade consumista. “Mas como permanecer nesse paradigma se essa mesma sociedade de consumo está levando o planeta para uma crise ecológica sem precedentes?” (FRIEDRICHS, 2018, p.29). Essa questão de natureza essencialmente ética propõe uma nova forma de relacionamento entre o homem e o meio ambiente.

A constante renovação de tecnologias e equipamentos aliada ao perfil do consumidor, cada dia mais consciente, engajado e ativo, mostra que as empresas e os profissionais contemporâneos devem trilhar novos caminhos na oferta de produtos e serviços. Silva *et al.* (2012) afirma que um empreendimento, além de inovador, precisa ser ecologicamente correto, socialmente justo e economicamente viável – o famoso “*Triple Bottom Line*”⁶ (TBL). As empresas e os profissionais não atuam de maneira isolada. A sustentabilidade, a ética e a inovação são condicionantes, não somente para os negócios, como também para resgatar valores coletivos e contribuir para a

⁶ O termo “*Triple Bottom Line*” (TBL) remete ao tripé da sustentabilidade no contexto da inovação, estabelecendo uma relação sistêmica entre sustentabilidade econômica, ambiental e social.

transformação das relações humanas.

Pereira (2020) declara, ainda, que o enfrentamento dos impactos socioambientais requer uma mudança estrutural na forma como o sistema econômico opera. É preciso alinhar os objetivos globais rumo a um modelo circular, centrado no fechamento de ciclos em toda a cadeia de valor. Logo, a “Economia Circular” (EC) tem sido objeto da atenção nos principais fóruns de governança mundial e nas decisões estratégicas de grandes corporações. Em setembro de 2015, líderes de diversos países reuniram-se na sede da ONU, em Nova York, e criaram a “Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável”, um plano de ação com o propósito de erradicar a pobreza, proteger o planeta e garantir que as pessoas alcancem a paz e a prosperidade.

De forma geral, empresários de todos os continentes estão sendo cada vez mais pressionados pela população para assumirem as responsabilidades do impacto negativo gerado por seus negócios no meio socioambiental. A EC enfatiza a importância da cooperação e colaboração entre os variados *stakeholders*⁷ (produtores, fornecedores, usuários, consumidores, governantes, universidades, pesquisadores e desenvolvedores) na adoção de políticas de responsabilidade e desenvolvimento sustentável. “Muitas empresas têm procurado adotar práticas circulares em suas estratégias e operações, substituindo materiais tradicionais por materiais renováveis, de base biológica e recuperados” (PEREIRA, 2020, p. 139). Com isso, buscam alavancar matérias-primas secundárias de fluxos de resíduos, estender o ciclo de vida dos produtos por meio de projeto e remanufatura, compartilhar ativos de consumo subutilizados de forma mais intensiva ou combinar produtos físicos com componentes de serviço que aumentem sua proposta de valor. O Brasil, entretanto, enfrenta, certos desafios institucionais para incluir novos modelos de negócio em seus processos produtivos (PEREIRA, 2020).

No setor do design, Pereira (2020) alerta para a necessidade desses profissionais apresentarem um olhar mais apurado para o fluxo de materiais, estimulando uma mudança de atitude e comportamento dos consumidores. Ademais, “o design cíclico de produtos e processos requer

⁷ A palavra *stakeholders* significa o grupo de pessoas (ou público estratégico) que é impactado pelas ações de um empreendimento, projeto, empresa ou negócio.

habilidades avançadas, conjuntos de informações e métodos de trabalho que ainda não estão bem resolvidos na experiência prática” (PEREIRA, 2020, p. 140). Por isso, é preciso avançar além da sustentabilidade, refazendo práticas de projeto, produção e consumo. Revendo, essencialmente, valores e hábitos capazes de gerar experiências positivas ao praticar o design.

Nesse sentido, María Gabriela Huidobro (2015), pontua que embora a responsabilidade profissional não seja um dever exclusivo do campo do design, todo designer tem um compromisso ético com suas criações, na medida em que seu trabalho influencia outras pessoas. Assim, sua atuação pode impactar a sociedade de maneira positiva ou negativa, dependendo do critério que cada profissional confronta em seus próprios valores. Como em qualquer profissão, o trabalho é produto e reflexo de quem o exerce. Por isso, o designer não deve se esquecer de que, eticamente, tem uma responsabilidade profissional, na medida em que deve ser honesto, justo e leal com aqueles que confiaram em suas habilidades.

A autora destaca que no caso do design, o produto criado ou o serviço prestado não consiste apenas em forma ou ideia, mas também em *background* e conteúdo. Deste modo, o designer se depara com um dilema bastante comum: o dever de atender às expectativas do cliente e a necessidade de realizar um bom trabalho perante a sociedade.

O emblemático Victor Papanek (1971) expõe em “*Design for the real world: human ecology and social change*” que até a década de 70, o design estava direcionado para atender necessidades e desejos efêmeros conforme tendências de mercado e apelos estéticos. A obra sugere um design sensível e responsável, destacando que deixava-se de lado o verdadeiro propósito: voltar-se ao bem-estar humano e à preocupação com o meio ambiente. O texto de Papanek encontra ressonância até os dias atuais em questões como o aquecimento global, a poluição, o consumo, a gestão da água e do lixo. Nesse terreno, Oliveira e Minchilo (2020) alertam para o poder catalizador e destrutivo que um mau design é capaz de provocar. Em pensamento reverso, as autoras vislumbram toda a gama de possibilidades benéficas geradas a partir de concepções criativas e geradoras de significado.

Todavia, o movimento de globalização permitiu ao design um notável crescimento, tanto em nível tecnológico, como profissional e acadêmico. Em contrapartida, exige-se também um maior

aperfeiçoamento e especialização no que tange à quesitos técnicos, assim como à responsabilidade e aos critérios de criação (HUIDOBRO, 2005). Sem dúvida, ainda surgirão metodologias e instrumentos mais elaborados, particularmente em abordagens sistêmicas de grande porte. Mas, à medida que as ferramentas de estudo e trabalho se tornam mais poderosas, torna-se necessário levantar a questão importantíssima dos valores que estruturam a prática de design (HESKETT, 2008). Paschoarelli *et al.* (2008), complementa dizendo que o design brasileiro se caracteriza por uma constante evolução, principalmente nos âmbitos acadêmico e científico, o que tem exigido novas reflexões metodológicas e, conseqüentemente, novos cuidados éticos.

Moraes (2009) adiciona que as transformações ocorridas a partir das últimas décadas do século passado foram determinantes para a consolidação do fenômeno de globalização e trouxeram grande impacto para a atividade de design. Dessa época em diante, as mudanças decorrentes da formação de uma sociedade pós-industrial e pós-moderna – reconhecida como a era do conhecimento e da informação – deram origem, entre outros fatores, à desvinculação de conceitos previsíveis e lineares existentes no âmbito do design, cujo modelo até então seguia regido somente pela lógica moderna. Conseqüentemente, tais alterações ampliaram a maneira de pensar e fazer design como jamais se vira em todo o percurso histórico evolutivo da humanidade. Essa nova realidade que se prefigura num mundo interconectado faz com que se espere dos designers muito mais que do simples habilidades projetuais. De igual forma, espera-se dos designers uma capacidade de gestão da complexidade que se estabeleceu e que está caracterizada pela inter-relação recorrente de empresa, mercado, produto, consumo e cultura. “Na atualidade, o foco na atividade de design se ampliou de maneira a aproximá-lo de contornos e de fronteiras anteriormente tidas como longínquas” (MORAES, 2009, p. 10).

Manzini e Meroni (2009) corroboram dizendo que o design está se transformando. É possível observar grandes mudanças nos horizontes de atuação deste setor, inclusive nos instrumentos usados pelo design e nas pessoas que, conscientemente ou não, o praticam. Os mesmos autores destacam que o design encontra o tema da transição em direção à sustentabilidade, de modo potencialmente fértil. É cada vez mais evidente a necessidade de mudança de estilos de vida e dos modelos produtivos para reduzir o impacto ambiental. No entanto, faz-se necessária uma transformação não apenas na esfera tecnológica, mas sobretudo na esfera social – nos

comportamentos, nos hábitos e modos de vida. O ser humano deve aprender a viver melhor, consumindo menos e regenerando o tecido social.

Cada indivíduo tem o compromisso moral de construir uma nova perspectiva filosófica com foco na comunidade e na cooperação mútua. Os efeitos prejudiciais das atividades do homem sobre a própria sociedade e a natureza exigem não apenas atitudes racionais, mas também respostas fundamentadas na empatia e na emoção. As artes, incluindo as artes aplicadas, podem ajudar a restaurar uma abordagem mais equilibrada dos esforços humanos e cultivar direções mais holísticas para o design (WALKER, 2019).

Dado o caráter multifacetado do design, quando algo é projetado há intrínseco uma intencionalidade, uma estratégia que se objetiva atingir, devendo-se questionar quais bases éticas e morais balizam tais intenções (FRIEDRICHS, 2018). O designer deverá procurar ser coerente com o seus valores e formação, de forma a almejar na sua concepção a necessária fusão entre forma e substância, ética e estética (HUIDOBRO, 2005). Logo, o profissional prudente – ou seja, aquele vai de encontro à valorosa virtude grega *phronesis* – é o sujeito que leva em consideração todos os agentes que participam ou serão afetados no processo de trabalho e no resultado de um projeto.

Por fim, os designers desempenham um papel importante, concebendo produtos, serviços e estilos de vida, não somente no que diz respeito à materialidade, mas, também à responsabilidade ética igualmente importante na geração de expectativas sociais em termos de bem-estar (FRIEDRICHS, 2018). “Talvez um dos maiores desafios do design na contemporaneidade seja, realmente, o desenvolvimento de uma perspectiva sistêmica no presente que corrobore para o estabelecimento de cenários no futuro” (OLIVEIRA; MINCHILO, 2020, p.25). Parte-se do pressuposto de que os problemas do design não são apenas técnicos ou estéticos, mas também éticos. Na verdade, a introdução da ética no design revela os aspectos mais profundos das dificuldades humanas. E, tentar reconhecê-los é lutar pelo certo e pelo bem (MITCHAM, 1995).

5 DESIGN DE INTERIORES

5.1 Histórico da profissão

O Design de Interiores⁸ é uma profissão transversal, capaz de dialogar com diferentes áreas do conhecimento, tais como as artes, a arquitetura, a engenharia, a sociologia, a psicologia, além das demais ramificações do design. De acordo com Bahia (2017), trata-se de uma atividade projetual responsável pelo desenvolvimento de produtos e serviços que contempla a adequação de uma solução abstrata à um espaço físico e palpável. Basicamente, a projeção em ambientes – sejam eles internos ou externos – consiste em utilizar técnicas criativas para gerar ideias que possam resolver problemas na interface entre lugares e pessoas.

De início, é necessário fazer um parêntese a respeito da evolução histórica desta categoria profissional. Cabe destacar que o ser humano se transforma continuamente. E, ao se pensar no progresso da sociedade e dos espaços habitados, verifica-se que o designer de interiores também se moldou conforme o tempo, aprimorando suas técnicas, dilatando seus conhecimentos e ampliando suas possibilidades de trabalho (NOLA; CORRÊA, 2020).

A necessidade de ordenar a mobília e distribuir objetos em um determinado local sempre existiu na cronologia da humanidade. Vedana e Pansonato (2017), relatam que os antigos egípcios já decoravam suas habitações com pinturas, esculturas, murais, vasos e algumas peças de mobiliário. Entretanto, a organização mais concisa e técnica dos ambientes do cotidiano, tanto residenciais quanto comerciais, surgiu como uma demanda da era moderna, sendo a Revolução Industrial a força motriz que marcou o nascimento do design.

⁸ Não obstante, conforme descrito no início da pesquisa, utilizou-se o termo Design de “Interiores” para integrar o espectro das diferentes nomenclaturas existentes para os profissionais formados nos cursos de graduação superior oferecidos no Brasil neste setor (Design de Interiores, Design de Ambientes, Decoração e Composição de Interior). Vale enfatizar que a abordagem aqui sugerida não visa caracterizar as diferenças e pormenores relativos ao ensino de cada curso específico, mas sim unificar a linha de pensamento proposta. Além disso, Moreira (2020) destaca que determinar uma terminologia única para identificar os cursos, a atividade e o profissional deste campo é de essencial importância para a constituição de uma identidade profissional forte.

Durante os séculos XVIII e XIX, a atividade limitava-se ao ato de “decorar”. Era exercida por artesãos, estofadores, marceneiros, artistas, arquitetos e entusiastas, não havendo necessidade de uma educação formalizada para a sua prática. Ao decorador bastava dispor de bom gosto, bom senso e talento natural (BARBOSA; REZENDE; 2020; GIBBS, 2013; WHITE, 2009). Até então, os limites de atuação entre os diferentes profissionais que exerciam tal ofício não eram bem definidos (GIBBS, 2013).

Porém, na primeira metade do século XX, a crescente industrialização e o avanço da tecnologia propiciaram grande aumento na oferta de bens de consumo. Tal fato promoveu uma importante transformação no modo de se fazer “Decoração”. Doravante, tornou-se necessário adquirir maior treinamento e educação formal para atender às necessidades da época, uma vez que as habilidades intuitivas não eram mais suficientes (BARBOSA; REZENDE; 2020). Surgem diversas escolas e entidades de classe consagrando o processo de mudança na nomenclatura da profissão (WHITE, 2009). Desta forma, o século XX oportuniza a profissionalização do Design de Interiores, concretizando não apenas uma alteração nominal, mas também uma renovação de significado na essência da atividade (BARBOSA; REZENDE; 2020).

Há de se considerar que à época da mudança do termo de Decoração para Design de Interiores o contexto de mundo era diferente do que se vivencia hoje. Ali, registrou-se um grande salto na atividade: repensou-se a prática profissional e expandiu-se a visão na esfera do ensino, adequando o ofício às demandas de outrora (BARBOSA, 2020). No entanto, compreende-se que a real alteração ocorreu quando o pensamento de design foi internalizado no trabalho em si e, inclusive, na área acadêmica por professores e estudantes.

Todavia, um dos aspectos mais interessantes deste ofício é a sua flexibilidade. O campo é muito fluido, devendo-se considerar sua relação direta com os movimentos artísticos e sociais, bem como com as mudanças de estilo, inovações técnicas e tecnológicas (MOREIRA, 2020).

Isto posto, Gibbs (2013) revela que a prática do design de interiores, tem se adequado à contemporaneidade, principalmente no que diz respeito ao compromisso de contribuir para o desenvolvimento sustentável no planeta. Há uma busca cada vez maior por materiais naturais e

ecológicos, que gerem menos custos operacionais e que sejam mais eficientes energeticamente. Os profissionais vêm incorporando novas preocupações ao seu campo de atuação, estabelecendo critérios para uma projeção mais consciente. Muito embora, Barbosa (2020) aponte indícios de que a aplicação da sustentabilidade na área ainda não seja uma realidade consolidada, haja vista que o designer de interiores compartilha a responsabilidade de seus projetos com o cliente que o contrata e com os fabricantes/fornecedores dos produtos/materiais especificados.

Bahia (2017), adiciona que os profissionais de então precisam compreender os cenários existentes a fim de identificar, processar e solucionar problemas, considerando o usuário no centro do processo. Observa-se, também, a necessidade de voltar para questões éticas e sociais, levando em conta valores tidos como imateriais (CELASCHI; MORAES, 2013). O trabalho do designer de interiores deve, inclusive, ser conduzido sob uma abordagem mais holística, pois atributos emocionais e sensoriais têm ganhado, gradativamente, maior ênfase na prática da atividade (GIBBS, 2013; WALKER, 2019).

Contudo, tomando como base o panorama social, econômico e tecnológico do século XXI, Geoffroy (2016) acredita que os novos tempos exigem um novo profissional. Além disso, a complexidade da profissão requer uma formação generalista, transversal e, ao mesmo tempo, especializada na organização dos espaços interiores segundo condições de conforto ambiental, procurando a adequação da relação homem-espaço, respeitando aspectos éticos, funcionais, ergonômicos, estéticos, culturais, psicológicos, tecnológicos, econômicos e ambientais.

Na busca da otimização dos espaços construídos e da sua adequação à singularidade de indivíduos ou grupos, mantém-se forte compromisso com o respeito à vida - na macro e na micro escala, assegurando segurança, saúde e bem-estar dentro de uma abordagem solidária que a todos inclui - [...] e que respeita a diversidade como valor universal, assim como o meio ambiente, garantindo a otimização e racionalização do uso de recursos naturais, a preferência pelos renováveis e a redução do descarte, em prol de um consumo consciente (GEOFFROY, 2016, p. 202).

Em síntese, observa-se que o Design de Interiores é uma profissão relativamente recente sob o ponto de vista histórico e a atividade sofre constante metamorfose, assim como o comportamento humano, a ciência e as tendências econômicas (NOLA; CORRÊA, 2020). Por fim, entende-se que

tais mudanças proporcionam a ampliação das *expertises* e abrangem, além de um ganho de mercado, uma apropriação teórico-prática de conteúdos e competências específicas necessárias à evolução desses profissionais (BAHIA, 2017).

5.2 Atuação profissional na contemporaneidade

Apesar de já terem conquistado seu espaço no meio social, os designers de interiores brasileiros vem trabalhando intensamente para fortalecer sua identidade, principalmente no que diz respeito à definição de uma nomenclatura sólida para o ofício. Segundo Barbosa e Rezende (2020), a sociedade de um modo geral, ainda associa a figura do designer de interiores à imagem do decorador. Ao mesmo tempo, não é incomum encontrar professores, estudantes e profissionais da área que não compreendem a profissão com clareza. White (2019) destaca que há, inclusive, uma discussão contínua sobre o uso das terminologias design de interiores e arquitetura de interiores, ocasionando empasses frente aos colegas arquitetos. “Durante muitos anos, o design de interiores confundiu-se com a arquitetura, ficando, muitas vezes, encoberto” (GIBBS, 2013, p.204). Ademais, a falta de diálogo entre os próprios profissionais da categoria atrapalha a coesão do grupo que, de certa forma, apresenta-se dividido entre decoradores, designers de ambientes e designers de interiores (MOREIRA, 2020). Tudo isso, dificulta a compreensão das potencialidades e dos limites da atuação, revelando que existe um caminho de muito trabalho e reflexão para consolidar a atividade de forma harmônica e concreta.

Todavia, no Brasil, a classe é representada pela ABD (Associação Brasileira de Designers de Interiores), entidade que trabalha há quase 40 anos para valorizar os designers de interiores. Destaca-se, sobretudo, por ser a maior associação da categoria na América Latina. A instituição engloba profissionais com diferentes graus de formação, tanto de nível técnico quanto de nível superior (tecnológico e bacharelado), o que demonstra amplas possibilidades de performance perante a sociedade. Além disso, a ABD tem atuado no campo da práxis e na área acadêmica junto às universidades, buscando estreitar os laços dos profissionais com as instituições de ensino, docentes e alunos. Essa pluralidade traz um intercâmbio acadêmico, prático e tecnológico a favor de toda a classe (CARMINATI, 2021).

Hoje, a ABD tem sede em São Paulo e em 14 regionais localizadas nas principais capitais e cidades do território nacional (Campinas, Salvador, Brasília, Vitória, Campo Grande, Belo Horizonte, Curitiba, Rio de Janeiro, Florianópolis, Fortaleza, Goiânia, Porto Alegre e Baixada Santista). Nota-se que a participação ativa dos Designers de Interiores em cada região do país confere peso político e representatividade frente ao poder público em todas as esferas de governo (CARMINATI, 2021).

Segundo informações da ABD (2021a), o trabalho na categoria é exercido predominantemente por autônomos, em horário variável, de forma individual ou em equipe. Os profissionais podem abrir seu próprio negócio, trabalhar para empresas já consolidadas ou até mesmo seguir carreira acadêmica em diversas instituições de ensino. Quanto às bases profissionais, estas variam de acordo com o perfil individual. Nem todo designer de interiores mantém um endereço comercial fixo. “É muito comum encontrar profissionais que trabalham na modalidade *home office*, fazendo uso de espaços de *coworking* quando há a necessidade de um local mais formal para atender o cliente” (NOLA; CORRÊA, 2020, p.131). Além disso, com o advento da tecnologia, as distâncias no planeta têm ficado cada vez menores. E, como o processo de trabalho é dinâmico e ágil, muitas tarefas podem ser realizadas *online* (NOLA; CORRÊA, 2020). Vale dizer que a pandemia do COVID-19 amplificou significativamente a atividade no espaço virtual, demarcando novas fronteiras para o setor.

Paralelamente, o campo de atuação desse profissional tem experimentado grande expansão nos últimos anos. Seus serviços vem sendo demandados em ambientes diversificados: residenciais, industriais, comerciais, intitucionais, dentre outros (ABD, 2021a). Nola e Corrêa (2020) citam, ainda, a participação em espaços de rápida implementação, de concepção efêmera e cenográfica para os mais variados fins: estandes, feiras, desfiles de moda, cinema, televisão, teatro, festas e eventos. Além disso, existe uma demanda para a elaboração de projetos em interiores de automóveis, embarcações, aviões e outros meios de transporte. Já nos ambientes externos, registra-se a possibilidade do desenvolvimento de projetos paisagísticos em áreas verdes, criando jardins, caminhos e locais de lazer. O setor de vendas também absorve profissionais em lojas especializadas no comércio de peças de mobiliário, iluminação, acessórios decorativos, materiais de acabamento e revestimento.

Contudo, é importante ressaltar que a ABD é apenas uma associação e não um conselho. Conforme previsto na legislação brasileira, os conselhos profissionais são as entidades habilitadas para orientar e controlar a atuação profissional no país. Pires (2021) esclarece que as associações fortalecem as categorias que representam, promovendo cursos, congressos, palestras e discussões políticas, o que favorece a capacitação e a valorização das profissões. Mas são os conselhos de classe, na sua condição de órgãos do Estado, que direcionam e regulam o exercício das profissões. Assim, os conselhos regionais são fiscalizados pelos conselhos federais, organizações hierarquicamente superiores que elaboram as resoluções para os regionais.

De modo geral, ao analisar o contexto evolutivo das profissões da construção civil – em destaque a engenharia, a arquitetura e o design de interiores – é notória a relação entre o desempenho do exercício profissional das três, porém tanto a engenharia quanto a arquitetura estão vinculadas à conselhos de classe, CONFEA/CREA (Conselho Federal de Engenharia e Agronomia/Conselho Regional de Engenharia e Agronomia) e CAU/BR (Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil) respectivamente. Já o design de interiores, ainda não dispõe de uma autarquia **própria** para disciplinar e fiscalizar o exercício profissional no setor, fato que consiste numa das principais preocupações para a categoria (JOBIM, 2021). Nota-se que a criação de um novo conselho no país implica em uma série de atitudes políticas, além de investimento de recursos. Por isso, num primeiro momento, a ABD tem trabalhado no sentido de incorporar os profissionais da classe – conforme cada nível de formação – em instituições já existentes.

Nola e Corrêa (2020), pontuam que a atividade do design de interiores está diretamente ligada à arquitetura e à engenharia, sendo importante a parceria entre essas áreas no desenvolvimento de projetos. Reforça-se aqui que cada classe específica tem suas singularidades quanto aos limites de atuação. Porém, é preciso entrosamento, pois muitas vezes esses profissionais trabalham em conjunto.

Ademais, mesmo já tendo papel significativo no mercado de trabalho, o designer de interiores teve tardiamente regulamentado seu direito de exercício profissional no Brasil (NOLA; CORRÊA, 2020). Em 12 de dezembro de 2016, após vários anos de luta, o então presidente, Michel Temer, sancionou a Lei Federal 13.369 pela qual é reconhecida, em todo o território nacional, a profissão

de “designer de interiores e ambientes” (BRASIL, 2016; MOREIRA, 2020). A lei estabelece princípios e fixa competências para todos aqueles que desejem atuar neste setor. Mas é controversa e polêmica no sentido de que restringe diversas atribuições aos designers. Atualmente, a profissão consta do catálogo da CBO (Classificação Brasileira de Ocupações) no MTE (Ministério do Trabalho e Emprego), sendo reconhecida pelo MEC (Ministério da Educação) em cursos técnicos e de formação superior – bacharelado e tecnológico (REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020; NOLA; CORRÊA, 2020).

De acordo com Silvana Carminati (2021), presidente da ABD durante a gestão de 2017 até 2021, a vitória na aprovação da lei que reconheceu a profissão, respalda a categoria para continuar sua busca pela garantia dos direitos profissionais. Nesse sentido, a associação vem se mobilizando nacionalmente e em cada regional para uma ação de fortalecimento da profissão.

Visto que a categoria ainda não possui um conselho **próprio** que homologue o ofício e fiscalize o exercício da atividade, a ABD tem viabilizado o registro profissional dos Designers de Interiores junto à conselhos de áreas afins. Jobim (2021), explica que é preciso entender que para valorizar a profissão se faz necessário a oferta de garantias do melhor serviço possível, disso decorre a grande importância da existência de um órgão com competências para orientar, disciplinar e fiscalizar a conduta profissional. O designer de interiores registrado num conselho tem o respaldo legal no desempenho de suas atividades. Isto significa a legitimidade profissional garantida por um órgão criado para esta finalidade.

Pires (2021) complementa dizendo que a partir do ano de 2020 os designers de interiores de nível técnico passaram a ser inseridos no sistema CFT/CRT (Conselho Federal dos Técnicos Industriais/Conselho Regional dos Técnicos Industriais). Da mesma maneira, informa que a articulação da ABD junto ao CONFEA/CREA buscaria incorporar os profissionais da classe com formação superior. Todavia, é importante deixar registrado que, inicialmente, designers de interiores de nível superior (tanto bacharéis como tecnólogos) seriam incorporados pelo sistema CONFEA/CREA em todo o Brasil. Entretanto, a Decisão Plenária nº PL-1679/2021, de 28 de outubro de 2021, que aprova a sistematização dos títulos acadêmicos cadastrados no portal e-MEC a serem inseridos no Sistema CONFEA/CREA e dá outras providências, determinou que haja

coincidência absoluta entre o título acadêmico e o título profissional, com a reprodução *ipsis literis* do nome do curso superior. Portanto, no corrente ano de 2021, apenas os “Tecnólogos em Design de Interiores” podem se registrar no sistema CONFEA/CREA, sendo ainda necessário continuar lutando pelo direito de acesso e inclusão dos bacharéis.

Enquanto não têm um conselho **próprio**, os designers de interiores contam com a cooperação do CONFEA/CREA e do CFT/CRT, sendo esta uma iniciativa importante que beneficiará toda a sociedade. Ao tecnólogo cadastrado no CREA caberá o registro de seus projetos através da ART (Anotação de Responsabilidade Técnica), o que confere controle e segurança aos serviços prestados. Tal documento configura-se em acervo do profissional, protegendo seus direitos autorais sobre o trabalho realizado (JOBIM, 2021). Concomitantemente, o CRT poderá emitir o TRT (Termo de Responsabilidade Técnica) ao profissional de nível técnico. Jobim (2021) destaca que a fiscalização da categoria por um órgão público é uma grande conquista e certamente evitará a entrada de maus profissionais no mercado de trabalho, que porventura, possam exercer a profissão em desacordo com preceitos éticos e normas técnicas estabelecidas pela legislação.

5.3 Mercado, remuneração e reserva técnica

Segundo dados da ABD (2021c), o designer de interiores de nível superior ganha um salário que varia entre R\$ 2.123,59 e R\$ 7.485,11 no mercado de trabalho brasileiro. A média do piso salarial no corrente ano de 2021 é de R\$ 2.840,70 conforme convenções coletivas, acordos e dissídios (levando em conta profissionais com carteira assinada em regime CLT de todo o Brasil). Nota-se que há de se levar em conta fatores como a experiência do profissional e o número de horas da jornada de trabalho para se estabelecer um valor justo dentro do estipulado pelo setor.

De modo particular, destaca-se que os designers de interiores apresentam dificuldades em comercializar seus projetos e de se posicionarem no mercado. Isto porque a categoria ainda está se consolidando. Até mesmo os próprios profissionais desconhecem parte de suas atribuições. Como via de mão dupla, a sociedade também não compreende bem as tarefas desempenhadas pelos profissionais e não atribui o valor esperado pelo trabalho desenvolvido (BAHIA, 2017).

Bahia (2017), salienta que a compreensão de valor dentro do contexto do design de interiores destaca elementos individuais e coletivos visualizando que o profissional atua em prol da sociedade como um todo, considerando questões como a sustentabilidade, acessibilidade, cultura, economia e particularidades humanas. Consequentemente, é uma atividade que possui diversas funções e requer habilidades específicas.

A autora revela que os níveis de atuação do designer de interiores perpassam pela elaboração, coordenação, orientação técnica, especificação, planejamento, gestão, assessoria, consultoria, execução e avaliação de serviços, bem como a pesquisa e o desenvolvimento de projetos. Geralmente, dentre as atividades previstas para o exercício da profissão estão: desenvolver uma proposta/orçamento/contrato, analisar a demanda do cliente (*briefing*⁹), conceituar o projeto, pesquisar produtos/materiais/equipamentos, criar estudos preliminares, elaborar o anteprojeto, detalhar o projeto executivo, fazer orçamentos, além de acompanhar a execução do trabalho contratado (ABD, 2021a; GIBBS, 2013). Logo, o papel deste profissional na sociedade é polivalente, pois o setor não envolve apenas a relação com os clientes e usuários, mas também o contato com outros profissionais, especialistas no tema e fornecedores. Com isso, o valor e a forma de pagamento dos honorários variam, essencialmente, em função da complexidade do projeto contratado (GIBBS, 2013).

Para Rezende, Campos e Araújo (2020) uma atitude que demonstra cuidado e zelo pela profissão refere-se ao contrato. Segundo o Dicionário *Online* de Português Dicio¹⁰, o vocábulo “contrato” significa um acordo entre duas ou mais partes no qual são assumidos certos compromissos, para assegurar direitos e deveres entre si. As cláusulas do contrato estabelecem critérios entre contratante e contratado. Deve-se, inclusive, discriminar no documento o preço e a forma de pagamento referente à prestação de um serviço.

⁹ O *briefing* consiste em um documento que agrupa o levantamento, a análise e a sistematização de informações para gerar a solução pretendida do problema/projeto. É um instrumento de registro, acordo, e acompanhamento do serviço prestado.

¹⁰ Consulta realizada no site. Disponível em: <https://www.dicio.com.br>. Acesso em: 16 maio 2021.

Destarte, um dos direitos básicos do designer de interiores é a remuneração pelos serviços prestados, seja pelo desenvolvimento de um projeto completo ou pelas horas dedicadas à consultoria. No entanto, qualquer valor de outra natureza que for recebido pelo profissional pode ser considerado indevido (REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020), principalmente se não estiver descrito no contrato, se não for informado verbalmente ou se representar ônus ao cliente.

Nesse sentido, aborda-se o tema da reserva técnica (RT), um honorário polêmico mas recorrente no Brasil. A reserva técnica é um benefício financeiro dado pelo fabricante/fornecedor de um produto/serviço como bonificação pela sua recomendação, ou seja, é um percentual pago sobre o gasto realizado pelo cliente (REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020). O termo também é conhecido por comissão ou gratificação por especificação. A RT é, portanto, um honorário repassado aos profissionais por fornecedores e lojistas pela indicação junto a clientes na área da construção. Trata-se de uma prática que cresceu muito nos últimos anos e em alguns lugares tornou-se comum (CAU/BR, 2020). Via de regra, funciona como uma fonte secundária e complementar ao valor pago pelo projeto referente à assessoria ou acompanhamento de compras. Mas vale dizer que é o próprio profissional que define se aceitará ou não receber esse tipo de remuneração indireta.

Cada fornecedor define individualmente a porcentagem que será repassada ao profissional conforme a compra realizada pelo cliente, em média de 3% a 10% do valor total. Alguns destacam que a RT não impacta a condição comercial para o cliente, sinalizando que a política de preços da empresa é única, independentemente se o cliente está acompanhado ou não de um profissional. Já o repasse da comissão é feito de diferentes formas, sendo transmitido em dinheiro, produtos ou prêmios. Determinadas lojas possuem seu próprio programa de benefícios.

Também existem grupos de fidelidade que retribuem com viagens os pontos acumulados por compras efetuadas em empresas parceiras. São programas de relacionamento para profissionais da área de Arquitetura e Design de Interiores que estão espalhados em diversas localidades do país. Cada núcleo regional realiza campanhas de incentivo para premiar os profissionais que atingem as maiores pontuações durante um período de tempo previamente determinado. Além disso, é possível acompanhar o progresso e o resultado dessas premiações em aplicativos, sites e redes sociais destes grupos (*Facebook e Instagram*). Normalmente, para pontuar nesse sistema, é necessário ser

cadastrado no grupo ou no núcleo em que se deseja participar. A soma dos pontos é registrada de acordo com os valores gastos pelos clientes nas lojas credenciadas. Após o prazo estabelecido – em geral, 01 ano – o resgate é autorizado pela organização e o profissional pode trocar seus pontos por viagens nacionais e internacionais (processo exemplificado na FIGURA 1). Ressalta-se que o profissional tem a possibilidade de registrar em mais de um programa de benefícios ao mesmo tempo, recebendo diversas gratificações, além do valor cobrado pelo projeto para o qual foi contratado.

Figura 1 – Sistema de pontuação em um programa de benefícios



Fonte: foto de folheto publicitário coletado pela pesquisadora em 2020

Vale dizer que para a ABD, a RT não constitui, por si só, um ato ilegal. Se praticada com transparência, responsabilidade e consentimento entre as partes envolvidas (clientes, profissionais e fornecedores), corresponde a um justo acerto por serviços prestados de consultoria técnica na aquisição de bens e serviços na execução de um projeto. Desta forma, define em seu código de ética profissional uma orientação para a realização de tal prática. Quanto ao pagamento de comissões, destaca-se no capítulo II - ART. 3º regras referentes às relações do profissional com clientes e fornecedores:

ART. 3º. I - Informar ao cliente, de forma clara e inequívoca, antes de iniciar a prestação de serviços, sobre COMO SERÁ A REMUNERACÃO DOS TRABALHOS A SEREM PRESTADOS PELO SEU ESCRITÓRIO, INCLUINDO REMUNERACÃO POR TERCEIROS (OU INDIRETAS) - TAIS COMO RESERVA TÉCNICA, alcance do projeto, serviços a serem executados por terceiros e assessoria para aquisição dos produtos e serviços, e implantação do projeto ¹¹.

Em contrapartida, verifica-se que o Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil – CAU/BR – condena qualquer tipo de honorário dessa natureza, dizendo que valor do trabalho está nele próprio e não na reserva técnica. Além disso, expõe que os arquitetos devem primar pela qualidade e liberdade técnica para especificar o que melhor se adequa aos seus projetos, recebendo por eles uma remuneração justa. Também classifica tal prática como antiética e ilegal, fato que compromete a imagem de toda a classe de arquitetos e urbanistas perante a sociedade (CAU/BR, 2020). Conforme o Código de Ética e Disciplina para Arquitetos e Urbanistas, aprovado pela Resolução CAU/BR nº 52 de 06/09/2013, o recebimento de comissão é coibido com o pagamento de multa e mais três níveis de punições, podendo ser cumulativo: advertência, suspensão e cancelamento do registro profissional (CAU/BR, 2021). A proibição da reserva técnica está mais claramente definida no capítulo 3, item 3.2.16 do código do CAU/BR (2019):

3.2.16. O arquiteto e urbanista deve recusar-se a receber, sob qualquer pretexto, qualquer honorário, provento, remuneração, comissão, gratificação, vantagem, retribuição ou presente de qualquer natureza – seja na forma de consultoria, produto, mercadoria ou mão de obra – oferecidos pelos fornecedores de insumos de seus contratantes, conforme o que determina o inciso VI do art. 18 da Lei nº 12.378, de 2010 ¹².

¹¹ Trecho do código de ética da ABD. Disponível em: <http://abd.org.br/codigo-de-etica>. Acesso em: 21 out. 2020.

¹² Trecho do Código de Ética e Disciplina do CAU/BR. Disponível em: https://www.caubr.gov.br/wp-content/uploads/2015/08/Etica_CAUBR_06_2015_WEB.pdf. Acesso em: 15 dez. 2019.

Diante do exposto, cabe registrar que a reserva técnica é considerada, em alguns casos, como uma remuneração que coloca em risco a relação de confiança entre o profissional e o contratante. Adélia Borges, renomada jornalista especializada em design expõe sua opinião numa crônica intitulada “Gosto se discute, e muito”:

Já experimentei reformar minha casa com e sem um profissional. A diferença é marcante. Contra a aparência habitual, gasta-se muito menos quando se tem a ajuda de um arquiteto ou decorador. [...]. Um problema, contudo, deve ser levantado. Não gosto do tipo de remuneração habitualmente adotado pelos decoradores, que recebem uma comissão de 10% sobre o valor de tudo que o cliente compra. Ou seja, quanto mais peças e quanto mais caras eles coloquem no ambiente, mais vão ganhar. [...]. De vez em quando o assunto da comissão e sua relação com a ética profissional vem à tona nas discussões dos decoradores, mas tudo fica como antes (BORGES, 2003, p.33-34).

Então afinal, o profissional indica fornecedores, considerando o que é melhor para o cliente, para seus parceiros ou para si mesmo?

Desde a promulgação do código de defesa do consumidor (Lei 8.078/1990), a prestação de serviços ofertada pelos designers de interiores, passou a despertar mais atenção. Há alguns preceitos na lei que merecem ser observados, especialmente no que incide ao pagamento de RTs abusivas ou indevidas. Esse tipo de remuneração indireta pode afrontar as garantias previstas na referida lei, pois o consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros. Também, consta na legislação como prática abusiva elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços (BRASIL; 1990; REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020).

Sob essa perspectiva, entende-se que o recebimento de reserva técnica é uma questão controversa. Por mais que a RT possa ser considerada como um valor “complementar” ao serviço contratado, seu pagamento desperta preocupações quanto aos aspectos éticos e jurídicos. E, mesmo quando informada ao cliente, qualquer gratificação extra pressupõe cautela. Contudo, para abrir o horizonte de discussão é necessário considerar duas instâncias normativas: os códigos deontológicos sugeridos para os designers de interiores e as leis que estão conectadas à prática da atividade no Brasil.

5.4 Códigos de ética profissional no setor do Design de Interiores

Existem diversas entidades de classe que apoiam e regulamentam o design de interiores ao redor do mundo. Desta forma, cada país define regras específicas de conduta para a profissão em seus territórios. Os deveres e as atribuições socioculturais do ofício constituem os códigos de ética profissionais, que funcionam como guias de atuação. Neste trabalho, será dada ênfase aos documentos normativos mais relevantes para o exercício da profissão no Brasil. Assim, serão abordados o código de ética da Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD) e a declaração da *International Federation of Interior Architects/Designers (IFI)*.

5.4.1 Código de ética da Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD)

Os designers de interiores brasileiros têm suas normas de conduta estabelecidas pela Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD). O Código de Ética da entidade (vide ANEXO I), segundo o capítulo IV - ART. 13º, foi elaborado em consonância com as normas internacionais definidas pela *International Federation of Interior Architects/Designers (IFI)* e pelo Código de Ética do Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CONFEA¹³). O documento é composto por 13 artigos dispostos em 4 capítulos: I - das regras e princípios fundamentais, II - das relações com o cliente, III - da publicidade e IV - das disposições gerais (ABD, 2020).

Considerando a necessidade de se estabelecer alguns preceitos para a elevação do nível profissional e ético dos profissionais associados à ABD e de acordo com as diretrizes estatutárias e finalidades da associação, o conselho deliberativo da instituição, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo artigo 5.1.2 do Estatuto Social, adota tal código de ética, exortando à todos os associados sua

¹³ Inicialmente, um mesmo conselho profissional representava as classes da arquitetura e da engenharia. O Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CONFEA), foi instituído pelo Decreto nº 23.569, de 11 de dezembro de 1933, promulgado pelo Presidente Getúlio Vargas. No dia 31 de dezembro de 2010, a Lei nº 12.378, criou o Conselho de Arquitetura e Urbanismo (CAU), separando a profissão de arquiteto deste conselho que passou a ser designado por Conselho Federal de Engenharia e Agronomia (CONFEA). Na época de criação do código de ética da Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD), tal entidade ainda não havia sido desmembrada.

fiel observância (ABD, 2020). Nota-se que o documento é disponibilizado no site da ABD, podendo ser consultado por qualquer pessoa, inclusive por profissionais não filiados. Mas não constam informações sobre a data de origem, nem acerca da equipe responsável pela formulação do mesmo.

Em linhas gerais, de acordo com o código de ética da entidade, o profissional da classe tem como função social contribuir com seus conhecimentos técnicos e habilidades artísticas para melhoria da qualidade de vida criando ambientes funcionais, seguros e compatíveis com o usuário em respeito ao patrimônio cultural do país. Sua atuação deve ser inclusiva e fundamentada em critérios compatíveis com valores humanos, sem qualquer tipo de discriminação. Além disso, sua conduta ética deve estar pautada na implementação de um design responsável, que favoreça a preservação do meio ambiente e o uso de recursos naturais renováveis, reduzindo custos, aproveitando materiais, buscando eficiência a longo prazo, reconhecendo a íntima relação entre design, consumo e seu impacto na sociedade (ABD, 2021b).

O capítulo II, destaca que os designers de interiores devem sempre respeitar os interesses dos clientes dentro dos limites legais e profissionais, preservando em sigilo todos os dados pessoais fornecidos durante a realização do trabalho. Contudo, a prestação de serviços deve ser impreterivelmente formalizada por contrato, explicitando-se as fases do projeto, os prazos, os honorários e as formas de remuneração, assim como a extensão de direitos e responsabilidades das partes, sempre com transparência e objetividade. As especificações do projeto devem ser adequadas aos fins propostos, dentro das normas técnicas vigentes, alertando aos clientes sobre qualquer eventual restrição ou consequência negativa advinda da mesma. Devem-se estabelecer honorários justos dentro do padrão de mercado e todas as informações sobre o pagamento dos trabalhos prestados devem ser claras, incluindo as remunerações por terceiros, tais como a reserva técnica (ABD, 2021b).

Em relação ao descumprimento do código da ABD (2020), o artigo 11 do capítulo IV prevê que:

ART. 11º Será considerada infração ética todo e qualquer ato cometido pelo profissional associado, no exercício de suas atividades que infrinjam os princípios éticos previstos neste código, bem como aqueles que atentem contra a moral e os bons costumes, e descumpram

os deveres de ofício praticando condutas expressamente vedadas e que lesem direitos reconhecidos de outrem ¹⁴.

Porém, observa-se que as punições são de exclusividade dos órgãos fiscalizadores. Como a ABD é somente uma associação e não tem o papel disciplinador de um Conselho Profissional, as violações de seu código de conduta não são passíveis de penalidades aos infratores. Fato que ressalta a importância da criação de uma autarquia específica para a classe que seja capaz de impulsionar o compromisso ético na profissão no Brasil.

5.4.2 Declaração da *International Federation of Interior Architects/Designers (IFI)*

Haja vista que o código de ética da ABD foi elaborado sob parâmetros sugeridos pela *International Federation of Interior Architects/Designers (IFI)*, faz-se necessário situar o tema a nível desta entidade, inclusive por sua relevância internacional.

A IFI é uma federação mundial para as comunidades disciplinadoras de design, formuladores de políticas, especialistas e entusiastas do assunto. A instituição unifica Arquitetura / Design de Interiores por meio de conhecimento, experiência e compreensão globalmente relevantes, ao mesmo tempo que envolve a profissão com o público em geral. É um órgão independente que atua como a “ONU para interiores” em todo o mundo. Foi fundada no ano de 1963 em Copenhague, na Dinamarca. Hoje sua sede está localizada na cidade de Nova York, nos Estados Unidos (IFI, 2021a).

Representa cerca de 1/4 de milhão de profissionais, educadores e integrantes da indústria na comunidade internacional em todos os continentes, abrangendo coletivamente arquitetos e designers de interiores que atuam em todo o planeta. Sua missão é expandir, em todos os níveis da sociedade, a contribuição e a conscientização das profissões de Arquitetura e Design de Interiores

¹⁴ Trecho do código de ética da ABD. Disponível em: <http://abd.org.br/codigo-de-etica>. Acesso em: 21 out. 2020.

por meio do intercâmbio de conhecimento e experiência em educação, pesquisa e prática (IFI, 2021a).

Assim, a declaração da IFI (vide ANEXO II), redigida em 2011, é um documento de visão baseado no consenso sobre o propósito e o valor da Arquitetura / Design de Interiores. Com efeito, constitui um acordo unânime que estabelece as bases essenciais para disciplinar o setor e seu avanço em todo o mundo. As ideias contidas nesta declaração fornecem objetivos claros para os profissionais de interiores, afetando a compreensão e a formação no que tange à prática, à educação e à pesquisa na esfera dos ambientes construídos (IFI, 2021b).

A introdução do documento expõe que os espaços humanos são o domínio da competência dos profissionais da área. Assim, os designers são capazes de moldar ambientes que repondam às necessidades humanas por meio de seu conhecimento. Deve-se usar os espaços de forma responsável, praticando a profissão com o mais alto cuidado em aplicar os recursos econômicos e naturais de forma sustentável, primando pela saúde e pelo bem-estar social (IFI, 2021b).

Em seguida, a declaração se divide em 07 tópicos sucintos: valor, relevância, responsabilidade, cultura, negócios, conhecimento e identidade. Basicamente, ao profissional do setor cabe identificar, pesquisar e solucionar com criatividade problemas relacionados à função e à beleza dos ambientes, planejando espaços que visem melhorar a qualidade de vida das pessoas. Nesse cenário, a responsabilidade dos designers de interiores e dos arquitetos de interiores é definir a prática e a experiência necessária, educando a si mesmos e ao público, desenvolvendo a profissão e advogando pelo bem coletivo. Além disso, a profissão do design e da arquitetura gera valor para as partes envolvidas. É uma atividade que acarreta vantagens econômicas, funcionais, estéticas e sociais que ajudam clientes a entender o valor de suas decisões, permitindo escolhas melhores e mais benéficas para os usuários e para a sociedade em geral (IFI, 2021b).

Dada sua representatividade global, a IFI estabelece uma base unificada de compreensão dos princípios fundamentais da Arquitetura e do Design de Interiores por meio da IFI *Interiors Declaration*. Contudo, as ideias contidas no documento referem-se à prática profissional, à educação e à pesquisa no setor (BARBOSA; REZENDE; 2020).

6 LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

De acordo com o Dicionário *Online* de Português Dicio ¹⁵, a palavra lei designa uma regra necessária ou obrigatória. A lei é uma prescrição escrita que emana da autoridade soberana de uma dada sociedade, impondo a todos os indivíduos seu cumprimento sob pena de sanções. Desta forma, o termo legislação refere-se ao conjunto das leis que vigoram no ordenamento político de um país. Outrossim, a totalidade das leis de uma nação é descrita como a constituição de um país, isto é, a Carta Magna que regula os direitos e os deveres dos cidadãos.

No entanto, cabe aqui fazer uma distinção importante. Para Peter Drucker ¹⁶, a lei tem muito pouco a ver com ética e integridade. Considerado o pai da administração moderna, ele deixou claro que lei e ética não são a mesma coisa. Quem não cumpre a lei, sendo esta boa ou má, deve ser punido. Todavia, nem sempre o cumprimento da legislação tem a ver com a ética e seus princípios (COHEN, 2017).

Drucker afirmava que as decisões éticas podem ser mais complexas do que se imagina. Os conceitos de integridade, ética, moralidade, obediência à lei, e até mesmo honra estão estreitamente relacionados, mas não são idênticos. Ética é um código de valores. Integridade é a adesão a esse código de valores. Moralidade é a qualidade dessa adesão ao código de valores. Já a honra, está atrelada à integridade e honestidade comprováveis, haja vista que uma pessoa honrada defende seus princípios. Presume-se, então, que ética e integridade são fundamentos para todas as atividades pessoais e profissionais. Entretanto, existem diferenças culturais e dificuldades funcionais desses pilares em termos de interpretação e aplicação. O que uma cultura considera aceitável e essencial no comportamento ético, talvez seja encarado de outra maneira e até mesmo julgado antiético por outra cultura (COHEN, 2017).

¹⁵ Consulta realizada no site. Disponível em: <https://www.dicio.com.br>. Acesso em: 16 maio 2021.

¹⁶ Peter Drucker (1909-2005) foi um escritor, professor e consultor administrativo de origem austríaca. Atuou em centenas de organizações públicas e privadas de vários países, sendo considerado um dos mais renomados e bem-sucedidos consultores de gestão de todos os tempos.

No que diz respeito à regulamentação das normas categóricas, é na legislação de um país que se encontram as linhas mestras dos direitos fundamentais dos cidadãos e da organização do Estado, além de regras e princípios gerais sobre os variados aspectos da vida de uma sociedade. Conforme Oliveira e Guedes (2018), a obediência às normas está atrelada à diversas variáveis, tais como a legitimidade das próprias leis, o controle social, o receio de punições e o sentimento de moralidade pessoal.

Destarte, em território nacional, a Constituição da República Federativa do Brasil promulgada em 1988 é a Lei Suprema do país e foi elaborada com base na soberania popular. Seus preceitos visam projetar o Brasil como “Estado Democrático”, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias. Todas as leis, códigos, medidas provisórias ou decretos devem refletir o que está estabelecido no documento da constituição (BRASIL, 2018).

Vale dizer que a legislação brasileira impõe que nenhum cidadão pode alegar o desconhecimento das leis para justificar o seu descumprimento. Portanto, mesmo não sendo da área jurídica, é importante a qualquer indivíduo conhecer (mesmo que de uma forma mais generalizada) as leis que regem a vida em sociedade. Além de cumprir a legislação, subentende-se que a população pautе suas ações cotidianas numa conduta ética responsável. Segundo Oliveira e Guedes (2018), ao se discutir política e moralidade, não há como cobrar ética dos governantes, se os próprios cidadãos não a praticam. Assim, quanto maior a oportunidade de engajamento, maior será o número de pessoas com o desejo de se comportar pelo bem comum.

A partir dessa perspectiva, é possível estabelecer a importância de se conhecer a legislação tanto quanto os princípios éticos no âmbito de construção de uma carreira no mercado de trabalho. De acordo com Sampaio e Rodrigues (2014) a ética interroga as leis, as competências e as qualificações profissionais conforme determinada deontologia. Oliveira (2011) acrescenta que o profissionalismo estabelece a *expertise* (saber abstrato que o profissional detém na especialidade

que domina) como um diferencial. Dessa maneira, todo conhecimento incorporado juntamente com os valores profissionais acrescentam substância moral ao conteúdo técnico das profissões.

Isto posto, serão abordadas em sequência duas leis federais que se relacionam à prática profissional dos designers de interiores no Brasil. Inicialmente, a Lei 8.078 do ano de 1990 que delimita o código de defesa do consumidor. Posteriormente, a Lei 13.369 do ano de 2016 que concerne ao reconhecimento legal desta profissão no país. Ambas as leis abrangem a normativa em torno das relações estabelecidas pela tríade de personagens envolvidas na atuação dos designers de interiores, sendo: os próprios profissionais responsáveis pela projeção de ambientes, os fornecedores e lojistas que possibilitam a execução dos projetos e os clientes que contratam os serviços da categoria. Com isso, pretende-se embasar a pesquisa desenvolvida diante da temática analisada.

6.1 Lei Federal 8.078/1990 – Código de defesa do consumidor

A Lei Federal 8.078 dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências (BRASIL, 1990). Constitui o código de defesa do consumidor (CDC) no ordenamento jurídico brasileiro abrangendo as esferas civil, administrativa e penal. É uma lei de ordem pública e interesse social que estabelece direitos e obrigações de consumidores e fornecedores perante a justiça. Sua finalidade é a proteção efetiva dos direitos do consumidor, de maneira a garantir que o mesmo não sofra qualquer tipo de prejuízo nas relações de consumo (MDC/MG, 2002).

Pacífico (2002) revela que a história das relações de consumo no Brasil divide-se em dois períodos distintos: antes e depois do CDC. Antes do código, as relações consumeristas eram regidas por leis esparsas, contidas no código civil, não havendo qualquer especificidade legal para proteção e defesa dos interesses do consumidor. As empresas ditavam as regras e os termos dos contratos prevaleciam, independentemente do caráter abusivo que pudessem apresentar. Tal situação desencadeou um sentimento coletivo de indignação, culminando na organização da sociedade civil em entidades de defesa do consumidor. Conseqüentemente, em 11 de setembro de 1990, houve a aprovação do código de defesa do consumidor segundo a Lei Federal 8.078.

O CDC estabelece normas de proteção e defesa do consumidor nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias. (BRASIL, 1990). Além disso, conceitos importantes são definidos por esta lei, tais como consumidor, fornecedor, produto e serviço.

De acordo com o art. 2º do capítulo I, **consumidor** é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza um produto ou serviço como destinatário final. Ademais, equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas que haja de forma a intervir nas relações de consumo (BRASIL, 1990).

Ainda no capítulo I, conforme o art. 3º, **fornecedor** é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. No § 1º do mesmo artigo, designa-se por **produto** qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial. Em seguida, no § 2º, nomeia-se por **serviço** qualquer atividade fornecida no mercado de consumo mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista (BRASIL, 1990). Nota-se que tanto os produtos quanto os serviços podem ser classificados em duráveis ou não duráveis. O primeiro tipo refere-se àqueles que não se exaurem com a simples utilização e o segundo àqueles que desaparecem após o uso (MDC/MG, 2002).

Uma relação de consumo é determinada pela vinculação jurídica que envolva consumidor e fornecedor, sendo caracterizada pela aquisição ou contratação de produtos ou serviços. Essa relação é efetivada mediante a concordância das partes, podendo ser firmada em contrato, ou seja, um acordo no qual pessoas físicas ou jurídicas assumem obrigações entre si. No que concerne à garantia contratual, o CDC assegura a igualdade nas contratações, possibilitando a modificação de cláusulas abusivas ou desproporcionais, que provoquem desequilíbrio entre fornecedor e consumidor. A lei, nos artigos 4º e 5º do capítulo II, reconhece o princípio da vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo e propõe-se a afetar sua proteção e defesa (MDC/MG, 2002).

Sendo assim, os fornecedores de produtos juntamente com os prestadores de serviços respondem solidariamente por defeitos e vícios de qualidade ou quantidade, além de danos causados aos consumidores (BRASIL, 1990). Os clientes que se sentirem prejudicados nas relações consumeristas e que não tiverem sanadas as devidas reparações devem recorrer aos órgãos e entidades de defesa do consumidor, podendo inclusive mover ações judiciais, sejam elas individuais ou coletivas. Ressalta-se que perante a justiça, a obrigação de apresentar provas é sempre de quem reclama, ou seja, de quem está movendo o processo por se considerar lesado. Porém, o CDC prevê a facilitação da defesa dos direitos do consumidor por meio da inversão do ônus da prova. Com isso, tal obrigação pode ser invertida a critério do juiz. Isto significa que o fabricante ou fornecedor é quem deverá comprovar que seu produto ou serviço não causou danos de qualquer natureza ao consumidor (MDC/MG, 2002).

É importante frisar que a partir da implementação da Lei 8.078/1990, destaca-se o surgimento de um novo consumidor: mais consciente, exigente e ativo nas relações de consumo. Por sua vez, o reconhecimento dos direitos dos consumidores pelas empresas e fornecedores, influenciou diretamente sobre a melhoria da qualidade dos produtos e dos serviços ofertados, tornando o mercado mais competitivo e globalizado. Pacífico (2002), reitera que o CDC é um instrumento poderoso no equilíbrio e na harmonização das relações de consumo e propiciou incontáveis avanços.

Em mais de três décadas de vigência, pode-se dizer que o código de defesa do consumidor ainda é atual e eficaz. Observa-se, entretanto, a necessidade de atualizações da lei frente às constantes transformações das demandas de mercado e seu impacto ao longo do tempo. O mundo cibernético, por exemplo, vem empreendendo mudanças nas relações entre pessoas, produtos e serviços, decorrentes do significativo aumento do acesso aos meios tecnológicos e do poder de consumo das mais diversas camadas da população (LIMA, 2015). Ximenes e Pietzsch (2020), complementam dizendo que a globalização e o avanço na utilização da internet permitiram que o *e-commerce* crescesse exponencialmente com várias vantagens aos consumidores. Mas, em contraponto, a falta de informações sobre os direitos dos consumidores quanto às compras realizadas no ambiente virtual trouxe certa vulnerabilidade e conflitos no setor.

Diante disso, no ano de 2013, foram sancionados dois importantes decretos visando regulamentar os direitos dos consumidores brasileiros no tocante às relações de compra no espaço virtual. O Decreto 7.962 regulamenta a Lei 8.078/1990 para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Já o Decreto 7.963, surgiu com o objetivo de instituir o plano nacional de consumo e cidadania, criando a câmara nacional das relações de consumo (BEZERRA; BAPTISTA; DESTRO, 2020). Porém, segundo Lima (2015), devido à complexidade técnica, tecnológica e jurídica, para garantia da efetiva aplicação do CDC e da plena proteção ao consumidor no ambiente digital ainda existem peculiaridades nas relações de comércio virtual que demandam por maior adequação das normas consumeristas.

Bezerra, Baptista e Destro (2020), revelam que o *e-commerce* é, na verdade, uma extensão do comércio tradicional, ou seja, há apenas um meio físico diferente para a realização das relações jurídicas existentes. Mas ressaltam que a vulnerabilidade do consumidor acaba sendo maior quando a contratação se dá por meio eletrônico, de modo que na maioria das vezes, o consumidor paga antecipadamente pelo valor do serviço ou produto, podendo haver ainda a dificuldade para trocar ou receber o dinheiro de volta. Portanto, é de suma importância que cada consumidor conheça seus direitos como forma de buscar a resolução dos eventuais danos sofridos (XIMENES; PIETZSCH, 2020). Da mesma forma, empresas, fornecedores e prestadores de serviços devem estar atentos à legislação, pois todos os princípios previstos nos contratos convencionais são aplicáveis também aos contratos eletrônicos (BEZERRA; BAPTISTA; DESTRO, 2020).

Cada vez mais a sociedade está sendo digitalizada com a utilização de *softwares* de comunicação instantânea e pelas redes sociais, superando as formas tradicionais de comunicação, relações e contratos consumeristas. E, indubitavelmente, o código de defesa do consumidor está sendo desafiado diante da complexidade das novas relações de consumo do comércio eletrônico (LIMA, 2015). Além disso, o atual cenário de pandemia do coronavírus, causador da COVID-19, amplificou ainda mais as relações consumeristas no ambiente virtual em diversos setores da economia (BEZERRA; BAPTISTA; DESTRO, 2020; XIMENES; PIETZSCH, 2020).

No que se refere à esfera dos designers de interiores, nota-se que estes (tanto na forma de pessoa física quanto jurídica) são prestadores de serviços e estão diretamente ligados ao CDC. Logo, os

representantes desta categoria estão sujeitos as sanções previstas na legislação e respondem pela responsabilidade de criação sobre os projetos e consultorias que desenvolvem (tanto no estabelecimento de contratos presenciais quanto *online*). O capítulo V, seção IV, da lei trata das práticas abusivas e merece atenção especial quanto ao pagamento de remunerações indiretas (tais como a reserva técnica). O artigo 39, inciso X, diz que é ilegal elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. Já o artigo 40, § 3º, diz que o consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros (BRASIL; 1990).

Segundo Rezende, Campos e Araújo (2020), a responsabilidade técnica do designer de interiores impõe ao profissional a obrigação de reparar danos patrimoniais ou pessoais ocorridos em face de sua ação ou omissão. Tal responsabilidade se estende também aos fornecedores relacionados à realização do serviço contratado em variadas modalidades (projeto, consultoria, diagnóstico, execução da obra, etc). Portanto, é imprescindível que o designer de interiores conheça suas limitações, tenha domínio da técnica e fique atento à qualidade do serviço prestado ao cliente.

Além disso, mesmo não constituindo uma lei, o código de ética sugerido pela ABD funciona como uma ferramenta complementar à legislação, pois fornece sugestões prévias de boas práticas na atuação da categoria. O capítulo II do referido código dispõe sobre as relações dos designers de interiores com os clientes, sendo que o artigo 3º diz que o profissional deve favorecer e respeitar os interesses de seus clientes, dentro dos limites legais e profissionais. Conforme Huidobro (2015), todo designer tem o dever de atender às expectativas do cliente e realizar um bom trabalho para o qual foi contratado. Sob essa diretriz, pode-se evitar problemas de ordem jurídica ou que coloquem em jogo a reputação de um profissional da área.

Por fim, os princípios e direitos fundamentais do CDC são de extrema importância na proteção das relações consumeristas em qualquer setor econômico, uma vez que conferem aos consumidores a garantia de reparação aos danos que lhes tenham sido causados, assim como, uma relação mais harmoniosa entre fornecedor e consumidor. De forma geral, ambas as partes devem agir com base na boa-fé, equilíbrio, honestidade, integridade e lealdade, devendo existir uma colaboração mútua entre contratantes e contratados (BEZERRA; BAPTISTA; DESTRO, 2020). Sem dúvida, o comércio digital tem propiciado grandes oportunidades de negócios e inúmeros benefícios,

inclusive no campo do design de interiores. Todavia, Lima (2015) reforça dizendo que ainda existem diversos desafios a serem enfrentados no que concerne à legislação brasileira, principalmente no âmbito do *e-commerce*, para garantir maior proteção jurídica quanto à segurança das negociações e a proteção efetiva dos direitos do consumidor.

6.2 Lei Federal 13.369/2016 – Reconhecimento legal da profissão de designer de interiores

Regulamentar uma profissão consiste em inseri-la num contexto de obrigações legais juntamente com um código de ética e posturas. É uma forma de assegurar direitos e deveres aos profissionais, bem como estimular uma série de requisitos mínimos necessários para a execução de uma atividade de trabalho (BAHIA, 2017).

No Brasil, a Constituição Federal de 1988 fundamenta o processo de regulamentação de profissões. O documento, no artigo 5º, inciso XIII, dispõe ser livre o exercício de qualquer ofício, trabalho ou profissão, atendidas as qualificações profissionais previamente estabelecidas pela legislação. De maneira complementar, o artigo 170 assegura o livre exercício de qualquer atividade econômica a todos os brasileiros, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos na lei (BRASIL, 1988; MOREIRA, 2020).

Por conseguinte, o processo de regulamentação de uma profissão deve ser formalizado por meio de uma lei de iniciativa do Congresso Nacional. A princípio, é recomendável que a ocupação seja reconhecida pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) e incluída na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO), no indicativo de que a profissão é de interesse público e que o exercício profissional dispõe de condições para fiscalização. Atendendo aos requisitos iniciais, deve-se apresentar um Projeto de Lei (PL) onde devem constar informações sobre as atribuições e os deveres dos profissionais, os critérios de qualificação profissional e a previsão de fiscalização da atividade profissional. Finalmente, com o PL avaliado e aprovado no Congresso Nacional, cabe à Presidência da República a sanção da lei (BRASIL, 2021b; MOREIRA, 2020).

Atualmente, existem diversas profissões regulamentadas em território nacional. Segundo informações do MTE disponíveis no sítio eletrônico da CBO¹⁷, os primeiros ofícios regulamentados no país foram:

- 1º leiloeiro – Decreto nº 21.981, de 19 de outubro de 1932,
- 2º contador – Decreto-Lei nº 9.295, de 27 de maio de 1946,
- 3º economista – Lei nº 7.387, de 21 de outubro de 1951,
- 4º médico – Lei nº 3.268, de 30 de setembro de 1957.

Em paralelo, o Design de Interiores é uma atividade reconhecida pelo MTE e está registrada no sistema da CBO. Além disso, o Ministério da Educação (MEC) assegura e fornece as prerrogativas legais para o exercício da profissão aos portadores de diploma de curso superior na área (REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020).

De acordo com dados oficiais do MTE, a profissão possui duas tipologias diferentes na CBO. A primeira – sob o código nº 3751 – refere-se aos Designers de Interiores, de vitrines, *visual merchandiser* e afins de nível médio. Já a segunda – sob o código nº 2629 – corresponde aos Designers de Interiores de nível superior. Nota-se que esta última classificação engloba os títulos de: ambientador, decorador de interiores, designer de ambientes, designer de interiores e planejador de interiores (BRASIL, 2021b). Conforme a CBO, estes profissionais:

“Projetam e executam de forma criativa e científica soluções para espaços interiores residenciais, comerciais e institucionais, visando a estética, a eficiência, a segurança, a saúde e o conforto. Pesquisam produtos, materiais e equipamentos para elaboração e execução de projetos de interiores”¹⁸.

Nesse contexto, Braga (2016) entende que um campo profissional está ligado à existência de um mercado de trabalho, compreendido pela oferta e procura de mão de obra. Com isso, é importante pontuar que a existência de um determinado campo profissional pressupõe a reunião de um grupo

¹⁷ Consulta realizada no site. Disponível em: <http://www.mtecbo.gov.br>. Acesso em: 18 ago. 2021.

¹⁸ Trecho correspondente à descrição sumária do código nº 2629 da CBO. Consulta realizada no site. Disponível em: <http://www.mtecbo.gov.br>. Acesso em: 18 ago. 2021.

de pessoas que, dedicadas ao exercício de uma mesma atividade produtiva, compartilham saberes específicos, estabelecem deveres e direitos, tecendo orientações para uma atuação ética. Promovem, ainda, fóruns para discussão sobre a realidade e o futuro de cada ofício (BRAGA, 2016; MOREIRA, 2020), estabelecendo o ensino e as regras para as relações entre si e para com a sociedade (BRAGA, 2016).

Logo, a função da regulamentação profissional é definir, por meio de uma legislação própria, as obrigações, os direitos e os deveres das diversas categorias de trabalho, além do compromisso ético e outras providências vinculadas à cada atividade (REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020).

No que tange ao Design de Interiores, desde a década 1980, diversos projetos de lei foram apresentados ao Congresso Nacional visando o reconhecimento legal da profissão (BARBOSA, 2020; REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020). Desde então, a categoria tem enfrentado inúmeros obstáculos para se inserir no mercado com o devido reconhecimento social. Havia, e ainda há inclusive, entraves a serem solucionados com profissionais das áreas de arquitetura e engenharia em relação aos limites de atuação do setor.

Particularmente, um desses conflitos foi gerado pela controversa Resolução nº 51 de 12 de junho de 2013 do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR). A normativa procurava delimitar como privativa de arquitetos e urbanistas a denominada “Arquitetura de Interiores”. A pretensa reserva de mercado ambicionada pelo CAU/BR abrangia – além das atividades exclusivas da própria classe – atribuições também desempenhadas por outros profissionais, tais como: designers de interiores, paisagistas e engenheiros civis (BARBOSA, 2020; JOBIM, 2021; MOREIRA, 2020).

Contudo, somente em 12 de dezembro de 2016, a Lei nº 13.369 foi sancionada para registrar formalmente o exercício da atividade do Design de Interiores no país (BAHIA, 2017; BARBOSA, 2020; BRASIL, 2016; JOBIM, 2019; MOREIRA, 2020; REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020). O documento dispõe sobre a garantia do exercício legal da profissão no Brasil e é fruto, em grande parte, de esforços da Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD). Apesar de recente, a sanção da lei 13.369/2016 representa uma importante conquista para a categoria (BARBOSA,

2020; JOBIM, 2021). Tal fato compreende uma mudança de significativo impacto à realidade desses profissionais (BAHIA, 2017). Entretanto, é válido frisar, que o reconhecimento legal da profissão de Designer de Interiores no Brasil merece uma reflexão cuidadosa em seus pormenores (REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020).

Moreira (2020) destaca que a lei nº 13.369/2016 adotou uma narrativa genérica. Cabe dizer que o documento é composto por nove artigos no total. O primeiro deles reconhece a profissão em território nacional, observados os preceitos subsequentes. Já o artigo 2º, descreve o designer de interiores e ambientes, como: “o profissional que planeja e projeta espaços internos, visando ao conforto, à estética, à saúde e à segurança dos usuários, respeitadas as atribuições privativas de outras profissões regulamentadas em lei” (BRASIL, 2016).

Observa-se que dos oito principais artigos da proposta legislativa, metade não foi recepcionada pelo poder executivo, isto é, 04 foram rejeitados pelo Presidente da República (BRASIL, 2016; JOBIM, 2019). O governo federal vetou os artigos 3º, 7º e 8º por considerá-los uma violação ao artigo 5º, inciso XIII, da Constituição de 1988 (BRASIL, 2016; MOREIRA, 2020). Com isso, dispensou a formação em cursos técnicos e superiores para a atuação profissional na área, ignorando, inclusive, diferenças na formação dos técnicos, tecnólogos e bacharéis em Design de Interiores. Consequentemente, desconsiderou a abrangência dos conhecimentos específicos, facilitando distorções na atribuição de responsabilidade técnica a uns e outros profissionais (MOREIRA, 2020).

Nora Geoffroy (2020), aponta que uma das maiores dificuldades a serem enfrentadas pela regulamentação foi motivada por tal distorção na lei que, por meio dos vetos presidenciais, cortou a exigência da graduação de nível superior. A autora diz que reconhecer a diferença entre os níveis de formação não significa desmerecimento de um em detrimento de outro. Mas afirma, com a transparência devida, que diferentes níveis de formação têm diferentes objetivos, metas e competências. Assim, entende a existência de um objetivo basal comum a todos designers de interiores em todos os níveis de formação, porém cada qual com sua especificidade.

Barbosa (2020) adiciona, segundo os parâmetros considerados, que a lei nº 13.369/2016 não exige a necessidade de educação formal para o exercício do Design de Interiores. E, em função de ainda não haver a institucionalização de um exame de qualificação, a profissão está em vias de se consolidar no país. Jobim (2019) complementa dizendo que a retirada da exigência de formação especializada no exercício profissional trouxe irreparável prejuízo ao desempenho da categoria, reduzindo significativamente a capacidade de garantir um serviço de qualidade à população.

Também é importante abordar a oposição ao artigo 6º da referida lei que “demonstrou total desconhecimento dos princípios, processos e resultados da atividade profissional, por parte do Poder Executivo, ao rejeitar o projeto como uma obra intelectual e negar aos designers de interiores e ambientes a garantia de direitos autorais” (MOREIRA, 2020, p. 86-87).

Desta forma, diante de todos os vetos impostos pelo governo brasileiro, “pode-se afirmar que a lei que deveria orientar a atuação dos designers de interiores e ambientes no território nacional se tornou uma medida prejudicial ao processo de profissionalização da atividade” (MOREIRA, 2020, p. 87). A aprovação da lei demonstra, portanto, uma iludida regulamentação (REZENDE; CAMPOS; ARAÚJO, 2020).

Ademais, a legislação responsável por instituir regras jurídicas acerca da profissão de designer de interiores silenciou quanto à necessidade de qualquer tipo de registro profissional. Também não abordou a constituição de um conselho profissional ou órgão regulamentador da atividade, limitando-se a tratar, em particular, de aspectos ligados às definições, competências e deveres do designer de interiores (JOBIM, 2019).

Nesse sentido, a ABD tem se mobilizado nacionalmente em cada regional para uma ação de fortalecimento da profissão, considerando que a sanção da Lei 13.369 ocorrida em 2016 não contemplou a criação de um conselho **próprio** que homologasse o ofício e fiscalizasse o exercício profissional (JOBIM, 2021). Até o presente momento¹⁹, a associação tem viabilizado o registro dos designers de interiores junto à conselhos de áreas afins (conforme o nível de formação profissional)

¹⁹ Dados coletados em dezembro de 2021.

para que a classe possa contar com a estrutura desses órgãos na orientação e fiscalização da atividade. Geoffroy (2020) destaca que tal fato é uma pauta na qual a ABD (Associação Brasileira de Designers de Interiores) tem trabalhado há muito tempo.

Com efeito, essa questão foi parcialmente resolvida por meio da inserção dos técnicos em design de interiores no CFT/CRT (Conselho Federal dos Técnicos Industriais/Conselho Regional dos Técnicos Industriais) e com a incorporação dos tecnólogos no CONFEA/CREA (Conselho Federal de Engenharia e Agronomia/Conselho Regional de Engenharia e Agronomia) em todo o Brasil. Entretanto, ainda há um grande esforço da ABD para solucionar questões legais pelo direito de inclusão dos bacharéis. Espera-se que, muito em breve, os bacharéis também possam ser beneficiados e representados por um conselho profissional.

Certamente, estes são passos importantes para a categoria e vão contribuir enormemente para o setor, principalmente quando o tempo permitir, no seio de cada conselho, a clara definição das atribuições dentro dos diferentes níveis de formação (GEOFFROY, 2020).

Contudo, Rezende, Campos e Araújo (2020) observam que o reconhecimento legal da profissão, automaticamente, não alavancaria a real valorização dos designers de interiores. É preciso seguir adiante na direção de maiores avanços, não perdendo de vista que um bom profissional – independente de seu grau de formação como técnico, bacharel ou tecnólogo – deve atuar em prol do fortalecimento da atividade no Brasil. Não raro, Geoffroy (2020), salienta que a categoria carece de uma efetiva coesão interna, uma união suficientemente capaz de vencer as barreiras existentes no processo de consolidação da profissão.

7 METODOLOGIA

7.1 Caracterização da pesquisa

Trata-se aqui de uma pesquisa qualitativa do tipo estudo de caso único, método amplamente utilizado no desenvolvimento de trabalhos dentro das ciências sociais aplicadas. O caso em questão refere-se à prestação de serviços profissionais relacionados ao Design de Interiores. Conforme Perdigão, Herlinger e White (2012), uma pesquisa qualitativa fornece dados subjetivos como atitudes, sentimentos e opiniões. Portanto, o trabalho versa sobre questões humanas que não podem ser abordadas de forma quantificável. Isto significa que fez-se necessário traduzir em números palpáveis as informações empíricas coletadas para, posteriormente, classificá-las e analisá-las.

A elaboração e condução deste estudo de caso seguiu, particularmente, as orientações de Robert Yin (2010). O autor destaca que os estudos de caso são uma pertinente metodologia de pesquisa quando se objetiva investigar um fenômeno social em profundidade, em situações nas quais o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos inseridos no contexto da vida real. Deste modo, para aplicação de tal técnica, foram utilizados três critérios como base:

- definição do problema que fundamentou a seleção do caso,
- delineamento estrutural das técnicas para realizar o levantamento de dados,
- análise sistemática das informações agrupadas.

Num primeiro momento, as implicações teóricas fundamentaram a escrita da dissertação. Posteriormente, as observações resultantes do estudo de caso (que relaciona-se à prática profissional) foram adicionadas ao material selecionado nas pesquisas bibliográfica e documental. E, para trazer a racionalidade à análise do conteúdo empírico, buscou-se como referência o método da hermenêutica-dialética. Segundo Assis e Jorge (2010), a técnica permite a interpretação de discursos, captando condutas, concepções, ideias e valores dos sujeitos sociais. Contudo, buscou-se construir uma reflexão crítica sobre a ética profissional no campo do Design de Interiores correlacionando teoria e prática.

7.2 Campo de estudo

O campo de estudo delimitado para o desenvolvimento da pesquisa abrange o contexto do mercado de trabalho dos designers de interiores, fornecedores e lojistas da cidade de Belo Horizonte e RMBH (Minas Gerais – Brasil), conforme Figura 2. Observa-se que um dos critérios utilizados para a seleção de tal público foi possuir uma base profissional ou um endereço físico na região citada. Assim, estima-se que foco principal da pesquisa encontra-se no território mencionado. Entretanto, cabe dizer que alguns dos profissionais entrevistados realizam projetos de design (seja de forma *online* ou presencial) em cidades diversas. Os fornecedores e lojistas também não restringem o atendimento comercial e a venda de seus produtos ou serviços apenas para o mercado belorizontino. Além disso, em meio à pandemia de COVID-19, constatou-se uma enorme expansão de fronteiras, tornando ainda mais forte o comércio no ambiente virtual.

Figura 2 – Mapa de Belo Horizonte e região metropolitana



Fonte: <https://www.ufmg.br/boletim/bol1702/4.shtml>

7.3 Amostragem

A técnica de amostragem não probabilística nomeada como “bola de neve” foi utilizada no processo, haja vista, que não se sabia com precisão a quantidade numérica de entrevistados que seria necessária. Conforme Vinuto (2014), esse tipo específico de amostra é útil para estudar questões delicadas de âmbito privado. Além disso, a ferramenta bola de neve trabalha com o sistema de execução em cadeias de referência.

Para dar início à técnica, lançou-se mão de informantes-chave a fim de localizar algumas pessoas com o perfil necessário para a pesquisa. Assim, essas “sementes” ajudaram a pesquisadora a iniciar seus contatos e a tatear o grupo a ser entrevistado. Posteriormente, solicitou-se que as pessoas indicadas pelas sementes indicassem novos contatos com as características desejadas, e assim sucessivamente. Desta forma, o quadro de amostragem foi crescendo a cada entrevista, conforme o interesse da pesquisadora. O ponto de saturação amostral estabeleceu o fechamento do estudo, ou seja, a captação de novos participantes foi interrompida quando detectou-se redundância na coleta dos dados.

Perdigão, Herlinger e White (2012), revelam que a amostra de uma pesquisa é um subconjunto de indivíduos selecionados para representar o universo analisado. Nesta pesquisa, foram totalizadas 16 pessoas como unidades de amostra, sendo:

- 10 profissionais com graduação em “Design de Interiores” ²¹ (bacharelado e tecnológico),
- 05 fornecedores/lojistas (gerentes ou proprietários de empresas do setor),
- 01 membro da ABD (Associação Brasileira de Designers de Interiores),

A coleta de dados desenvolveu-se durante os meses de abril, maio e junho do ano de 2021. Entretanto, cabe dizer que para atingir o objetivo esperado quanto aos dados coletados, foram

²¹ Os cursos de formação superior na categoria apresentam nomenclaturas variadas: Design de Ambientes, Design de Interiores, Composição de Interior e Decoração. Conforme descrito no início da pesquisa, utilizou-se o termo “Design de Interiores” englobando o espectro dos diversos cursos de graduação oferecidos no Brasil.

contactadas um número total de 54 pessoas (sendo 30 profissionais, 20 fornecedores/lojistas e 04 membros da ABD).

Em relação aos profissionais: 10 indivíduos (ou seja 33%) aceitaram participar da pesquisa, 06 indivíduos (ou seja 20%) recusaram o convite para participar da pesquisa e 14 indivíduos (ou seja 47%) informaram que já não atuavam mais no mercado. Curiosamente, observou-se um alto índice de evasão ou desistência de atuação na categoria dentre as pessoas abordadas.

No caso dos fornecedores/lojistas: 05 empresas (ou seja 25%) aceitaram participar da pesquisa, 14 empresas (ou seja 70%) recusaram o convite para participar da pesquisa e 01 empresa (ou seja 5%) informou que estava encerrando suas atividades no mercado devido à crise gerada pela pandemia do coronavírus. Nota-se que no período delimitado para o agendamento das entrevistas, as lojas físicas encontravam-se fechadas e o comércio estava funcionando virtualmente na área do campo de estudo. Acredita-se que as limitações impostas pelo COVID-19 possam ter dificultado a adesão dos comerciantes, pois os mesmos estavam focados na reestruturação de seus negócios.

Por último, para complementar o estudo, a pesquisadora fez contato com 02 membros da ABD na regional de Minas Gerais (situada em Belo Horizonte). No entanto, ambos determinaram que seria mais indicado contactar outra pessoa da regional de São Paulo (situada na capital paulista). Este terceiro indivíduo, enfim direcionou a pesquisadora para o integrante da equipe que estaria apto para responder as perguntas da entrevista.

7.4 Critérios de inclusão / exclusão

A técnica de entrevistas semiestruturadas foi utilizada com o intuito de coletar as informações necessárias para o desenvolvimento da pesquisa. Segundo Duarte (2004), esse modelo de entrevistas provoca um discurso mais ou menos livre, porém é uma tarefa bem mais complexa do que parece à primeira vista. Além disso, pode ser significativo no contexto investigado e academicamente relevante, propiciando situações de contato, tanto formais quanto informais.

Assim, foram elaborados três roteiros distintos para cada grupo a ser analisado: profissionais em exercício, fornecedores/lojistas e a ABD.

Para aplicação do roteiro de entrevistas 1 (APÊNDICE A), dirigido aos profissionais do design de interiores, selecionou-se o perfil dos participantes com base nos seguintes requisitos:

- possuir formação superior completa em instituições reconhecidas pelo MEC nos cursos de Decoração, Composição de Interior, Design de Ambientes ou Design de Interiores (em nível bacharelado ou tecnológico),
- atuar no setor de forma efetiva no momento presente,
- possuir uma base profissional na cidade de Belo Horizonte ou região metropolitana.

O sexo e a idade não foram critérios eliminatórios, pois seria importante abranger voluntários em diferentes gêneros, faixas etárias e tempo de experiência. Ademais, buscou-se entrevistar profissionais com graus de instrução variados: graduação, especialização, mestrado e/ou doutorado.

Em relação ao roteiro de entrevistas 2 (APÊNDICE B), direcionado aos lojistas e aos fornecedores, selecionou-se o perfil dos entrevistados considerando-se que:

- a empresa deveria possuir um endereço comercial na cidade de Belo Horizonte ou na região metropolitana,
- estar inserido nos setores comerciais mais representativos da categoria (iluminação, móveis/marcenaria, cortinas/papel de parede e revestimentos/construção).

Já para o roteiro de entrevistas 3 (APÊNDICE C), voltado para a ABD, selecionou-se o membro da entidade que estaria mais capacitado para responder as especificidades da temática segundo o regimento da associação.

Todavia, a elaboração dos três roteiros de entrevistas partiu da estimativa de que, por meio das informações coletadas, a pesquisadora poderia responder aos problemas e indagações do trabalho.

O conjunto de questões foi organizado de forma lógica e sequencial juntamente com o cabeçalho sociodemográfico dos participantes. Preocupou-se em formular perguntas claras e curtas para uma melhor compreensão e direcionamento das respostas. Observa-se que cada roteiro possui um número diferente de questões conforme a necessidade de cada grupo, mas todas as perguntas se situam dentro do mesmo contexto.

7.5 Procedimentos

Os procedimentos metodológicos abrangeram, inicialmente, o levantamento de material teórico já publicado em livros, artigos, sites da internet e outras fontes. Buscou-se, então, examinar a bibliografia disponível para fundamentação da corrente de pesquisa apresentada.

Além disso, foi realizada uma pesquisa documental para coletar os códigos de ética que seriam mais representativos para a esfera do Design de Interiores no contexto do estudo. Após uma investigação que percorreu códigos existentes em diversos países, chegou-se à conclusão de que a declaração da *International Federation of Interior Architects/Designers* – IFI – (ANEXO II) e o código de ética da Associação Brasileira de Designers de Interiores – ABD – (ANEXO I) sustentariam o estudo em questão. Cabe dizer que a normativa brasileira da ABD foi redigida com base no referido documento estrangeiro.

Paralelamente, foram avaliadas as Leis Federais 8.078/1990 e 13.369/2016. A primeira lei se refere ao código de defesa do consumidor. Já a segunda, corresponde ao reconhecimento legal da profissão e suas atribuições no Brasil.

Em seguida, elaborou-se os três roteiros já mencionados para entrevistar o público em foco no estudo: profissionais, fornecedores/lojistas e a ABD. A coleta de dados junto aos participantes foi realizada de forma individual e *online*. Para tal, fez-se uso de diversas ferramentas digitais. O horário das entrevistas foi agendado em comum acordo com cada voluntário por meio de ligações telefônicas, mensagens de texto e e-mails. A plataforma *Google Meet* foi escolhida para a aplicação das entrevistas por ser um sistema virtual de fácil acesso e domínio público. Já em posse da

gravação das informações coletadas, a pesquisadora iniciou a organização do material e sua consequente análise.

7.6 Sistematização e análise

A sistematização das informações se deu em etapas com o propósito de cruzar todos os dados relevantes. Após finalizar cada entrevista, a síntese das respostas foi registrada pela pesquisadora. A gravação das mesmas teve o objetivo de assegurar o valor do discurso dos entrevistados, propiciando uma melhor interpretação do conteúdo.

Seguindo orientações de Duarte (2004), as entrevistas foram transcritas na íntegra, logo depois de encerradas. Cada gravação foi ouvida e lida exhaustivamente para a chamada conferência de fidedignidade, acompanhando frases, mudanças de entonação, interjeições e interrupções. Posteriormente, o material coletado foi ordenado por meio da interpretação dos fragmentos das falas dos entrevistados. Assim, pôde-se selecionar e mapear os dados cuidadosamente em torno de categorias ou eixos temáticos.

Todavia, para que se pudesse alcançar o objetivo indicado, todas as informações empíricas coletadas foram interpretadas à luz de referências teórico/conceituais que orientaram o olhar da pesquisadora. De acordo com Gomes *et al.* (2010), a organização e o processamento dos dados são um dos aspectos mais complexos da avaliação. Um dos procedimentos analíticos para a interpretação de informações qualitativas se pauta na técnica de triangulação de métodos. Dentro dessa estratégia de triangulação, espera-se que haja um cuidadoso labor analítico que determine uma lógica interna para determinado grupo, frente ao tema que está sendo analisado. Enquanto os procedimentos de análise quebram, dividem, deconstroem, a interpretação caminha em um movimento de síntese, por meio da construção criativa de possíveis significados.

Nesse sentido, as categorias selecionadas pela pesquisadora que se revelaram com maior importância para o estudo em cada grupo específico foram:

- profissionais – 08 categorias (regulamentação da profissão, filiação à ABD e conhecimento sobre o código de ética da entidade, sustentabilidade, contrato e *briefing*, código de defesa do consumidor, percentual e recebimento de reserva técnica, constrangimento causado pela reserva técnica, valorização da profissão),
- fornecedores/lojistas – 06 categorias (parceria entre profissionais e fornecedores/lojistas, qualidade do projeto e acompanhamento do profissional, sustentabilidade, percentual e pagamento de reserva técnica, constrangimento causado pela reserva técnica, código de defesa do consumidor),
- ABD – 06 categorias (código de ética da ABD, adesão de profissionais adaptados, reserva técnica, descumprimento ao código de ética da ABD, associados à ABD na regional de Minas Gerais, proposições futuras).

A concordância no diálogo dos entrevistados e a divergência de opiniões aferidas em cada categoria permitiu que a pesquisadora fortalecesse ou repensasse os conceitos propostos no estudo de caso identificado. Por fim, a característica dialética dessa construção-síntese, possibilitou tecer um rico diagnóstico sobre os aspectos éticos da prática profissional dos designers de interiores inseridos no contexto analisado.

7.7 Considerações éticas

É importante deixar registrado que os procedimentos realizados na preparação e condução das entrevistas seguiram os critérios e as orientações do sistema CEP/Conep (Comitês de Ética em Pesquisa / Conselho Nacional de Ética em Pesquisa) e a Resolução nº 510/2016 do CNS (Conselho Nacional de Saúde).

Como a pesquisa em questão envolveu a participação de seres humanos, foi necessário enviar os três roteiros de entrevistas para avaliação ética da Plataforma Brasil, juntamente com os demais documentos exigidos pelo sistema. Desta forma, o trabalho foi submetido ao Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade do Estado de Minas Gerais (CEP/UEMG) em 10/06/2020 sob o registro CAAE nº 34719020.1.0000.5525. Inicialmente, o órgão sugeriu que a unidade avaliadora do CEP

fosse alterada em virtude da fila de espera. Nesse sentido, a capacidade de retorno do parecer seria mais rápida. Com isso, a pesquisa foi novamente submetida em 04/07/2020, tendo sido aprovada em 28/10/2020, conforme parecer contido no ANEXO III.

Somente após a aprovação do CEP, a pesquisadora deu início às entrevistas com os participantes selecionados. Vale dizer que, durante o processo de coleta de dados, redirecionou-se a aplicação do roteiro de entrevistas 3 (APÊNDICE C). Este seria realizado junto à clientes – pessoas físicas – contratantes de serviços prestados por designers de interiores. Porém, percebeu-se que seria mais significativo captar informações técnicas junto à ABD – pessoa jurídica representada por um membro da equipe. A pesquisadora entendeu que devido ao conteúdo das respostas coletadas no grupo dos profissionais, a aplicação do roteiro formulado para os clientes poderia causar algum tipo de constrangimento ou conflito entre as partes no que tange à RT. Como a técnica bola de neve seleciona voluntários via indicação, os clientes participantes seriam indicados pelos próprios profissionais. Assim, eliminou-se o roteiro inicialmente proposto para os clientes. E, em seguida, formulou-se um novo documento com questões específicas para a ABD dentro do mesmo contexto de estudo visando preencher algumas lacunas sobre esta entidade. Tal substituição enriqueceu o trabalho sem comprometer a estrutura inicial proposta.

Nota-se que os roteiros de entrevistas não foram aplicados presencialmente como havia sido estipulado no início. Foi necessário adaptar a pesquisa às novas condições de trabalho diante das restrições impostas pelo COVID-19. Em decorrência da pandemia, a coleta de dados foi realizada à distância por meio de ferramentas digitais seguindo orientação do próprio parecer do CEP. Deste modo, foi feito um contato primário via ligação telefônica ou mensagem de texto. Em seguida, os voluntários receberam por e-mail um TCLE (Termo de Consentimento livre e esclarecido) – vide ANEXO IV. Todos os participantes foram informados sobre o objetivo do estudo, assim como dos riscos e benefícios. As entrevistas foram realizadas *online* mediante o uso da plataforma Google Meet. Já o preenchimento dos formulários ocorreu por meio da gravação e da transcrição dos áudios. A pesquisadora se comprometeu à preservar a identificação dos participantes, bem como à manter os dados coletados em sigilo. Tais conteúdos ficarão arquivados por um período de três anos contados a partir da data das entrevistas. Em seguida serão eliminados pela pesquisadora.

8 RESULTADOS

De acordo com Assis e Jorge (2010), as metodologias aplicadas em pesquisas qualitativas são aquelas capazes de incorporar significado e intencionalidade, comportando uma multiplicidade de abordagens dentro das ciências sociais. É nesta direção que a pesquisadora irá discutir a análise dos dados permeando a construção teórica e o tratamento do material empírico, com vistas a estabelecer um confronto dialeticamente integrado dos dados obtidos.

8.1 Perfil dos entrevistados

A partir dos critérios de inclusão e exclusão previstos na metodologia, foram realizadas 16 entrevistas de forma individual e *online* com profissionais, fornecedores/lojistas e com a ABD (vide Tabela 1).

Tabela 1 – Grupo total de entrevistados na pesquisa

ENTREVISTADOS	Nº
Profissionais	10
Fornecedores / Lojistas	5
Membro da ABD	1
TOTAL	16

Fonte: elaborado pela autora, 2021

8.1.1 Profissionais

Inicialmente, foram selecionadas 04 sementes de profissionais atuantes no mercado de trabalho de BH e RMBH. Estes voluntários por sua vez, indicaram os outros 06 componentes. Assim, totalizaram-se 10 indivíduos neste grupo, sendo que todos possuem uma base comercial nas cidades de Belo Horizonte, Nova Lima ou Betim. Segue abaixo o Quadro 1 contendo o perfil sociodemográfico de cada participante.

Quadro 1 – Grupo total de profissionais entrevistados

Entrevistado	Sexo	Idade	Formação	Grau	Instituição	Tempo de atuação no setor
A1	F	40-59	Decoração	Bacharel	UEMG	16 anos
A2	F	40-59	Decoração	Bacharel	FUMA / UEMG	35 anos
A3	F	40-59	Decoração	Bacharel	UEMG	16 anos
A4	F	25-39	Decoração	Bacharel	UEMG	16 anos
A5	F	40-59	Decoração	Bacharel	UEMG	23 anos
A6	M	40-59	Decoração	Bacharel	UEMG	17 anos
A7	F	25-39	Design de Interiores	Bacharel	FUMEC	07 anos
A8	F	25-39	Design de Interiores	Bacharel	FUMEC	08 anos
A9	F	25-39	Design de Ambientes	Bacharel	UEMG	05 anos
A10	F	25-39	Design de Interiores	Tecnólogo	Izabela Hendrix	05 anos

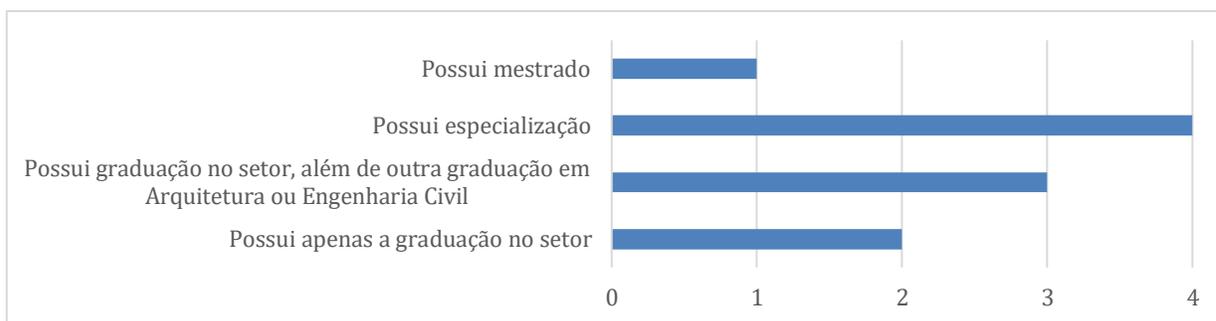
Fonte: elaborado pela autora, 2021

É importante dizer que a profissão tem se adaptado ao novo modelo de trabalho gerado pela pandemia do coronavírus, ampliando significativamente a atividade no ambiente virtual. Com isso, observou-se que dentro do recorte amostral proposto no universo do design de interiores, alguns profissionais entrevistados deixaram de ter um endereço comercial físico, mantendo apenas uma base de trabalho no espaço digital (*site, Facebook e/ou Instagram*). Dentre os 10 componentes da amostra, tem-se que:

- 04 (ou seja, 40%) possuem um escritório em endereço comercial,
- 03 (ou seja, 30%) já tiveram um escritório fixo e agora trabalham em casa,
- 03 (ou seja, 30%) sempre trabalharam em sistema de *home office*.

Ressalta-se, ainda, que todos os voluntários selecionados possuem pleno domínio da profissão, com ampla experiência no desenvolvimento de projetos e conhecimento suficiente no que tange aos aspectos relevantes tratados nessa pesquisa. Nota-se, que dois integrantes trabalham como docentes em IESs na capital e região metropolitana, além de atuarem profissionalmente. A seguir, o Gráfico 1 mostra o nível educacional e o grau de titulação desses profissionais:

Gráfico 1 – Nível educacional e grau de titulação dos profissionais entrevistados



Fonte: elaborado pela autora, 2021

8.1.2 Fornecedores/lojistas

Neste grupo, 05 empresas de setores variados (móveis/marcenaria, cortinas/papel de parede e revestimentos/construção) aceitaram participar da pesquisa. Constam desse total: 03 sementes e 02 indicações realizadas por profissionais anteriormente entrevistados. Todas as empresas selecionadas possuem um endereço comercial nas cidades de Belo Horizonte, Contagem ou Sabará. Deste modo, foram entrevistados 05 membros administrativos (donos ou funcionários em cargos de chefia) sendo um indivíduo para cada empresa, conforme Quadro-2.

Quadro 2 – Grupo total de fornecedores/lojistas entrevistados

Entrevistado	Sexo	Idade	Nível de formação	Setor	Tempo de atuação da empresa
B1	F	40-59	Superior completo	Móveis/marcenaria	27 anos
B2	F	40-59	Superior completo	Revestimentos/construção	10 anos
B3	F	40-59	Superior completo	Móveis/marcenaria	30 anos
B4	F	40-59	Não informado	Cortinas/papel de parede	14 anos
B5	M	25-39	Superior completo	Móveis/marcenaria	9 anos

Fonte: elaborado pela autora, 2021

Vale dizer que não se teve sucesso no segmento de iluminação, inicialmente proposto pela pesquisadora. Apenas um representante dessa área aceitou participar do estudo, porém não pode realizar a entrevista em decorrência de problemas de saúde relacionados ao COVID-19.

8.1.3 ABD

Como já foi dito anteriormente, a ABD (Associação Brasileira de Designers de Interiores) é a entidade que representa os designers de interiores no Brasil. Hoje, possui cerca de 5.000 associados espalhados em diversas cidades do país. Para que fosse possível capturar as informações desejadas sobre a instituição, entrevistou-se o integrante da equipe que estaria melhor qualificado para responder as especificidades das perguntas organizadas no roteiro 3 (APÊNDICE C).

Tal indivíduo ocupa um cargo administrativo na regional da capital paulista e atua há 17 anos na associação. Abaixo segue o Quadro 3 com o perfil sociodemográfico do participante:

Quadro 3 – Membro da ABD entrevistado

Entrevistado	Sexo	Idade	Formação	Nível	Ano de graduação
C1	F	40-59	Design de Interiores	Técnico	1985

Fonte: elaborado pela autora, 2021

8.2 Roteiro 1: entrevistas com os profissionais

As informações deste tópico se referem às entrevistas que foram realizadas com o grupo dos profissionais seguindo a estrutura do roteiro 1 (APÊNDICE A) que compreende 22 perguntas sobre o tema analisado. Os dados coletados foram sintetizados em 8 categorias distintas de acordo com o conteúdo das respostas fornecidas pelos participantes.

Categoria 1: regulamentação da profissão

Ao questioná-los sobre o conhecimento acerca da Lei Federal 13.369/2016 que corresponde à regulamentação da profissão e suas atribuições no Brasil, notou-se uma dualidade: 30% dos participantes revelou nunca ter lido a referida lei, mas 70% (a grande maioria) informou conhecer uma parte ou já ler lido o documento na íntegra.

Sim, eu já li. E eu acho que a expectativa era maior, né? De atuação da profissão. Eu acompanhei na época o que estava acontecendo, algumas polêmicas, alguns debates. E eu acho que limita a nossa atuação. A expectativa era de que a gente fosse liberado pra fazer mais diante da formação do designer de interiores/decorador. Pela formação que a gente recebe, a gente teria possibilidade de atuar em mais frentes do que foi regulamentado pela lei. A gente tem conhecimento pra isso. Mas, hoje, a gente ainda tem limitações (ENTREVISTADO A1).

Já li. Estávamos batalhando por isso há muitos anos, né? [...] Foi muita luta pra regularizar a profissão. Desde então, já caminhamos. Mas ainda não está no esperado (ENTREVISTADO A2).

Eu já li, conheço sim. Mas foi logo na época. Não sei te dizer coisas específicas. Foi até bom você falar, pra dar uma relida (ENTREVISTADO A9).

Categoria 2: filiação à ABD e conhecimento sobre o código de ética da entidade

No que concerne à filiação dos profissionais à ABD, a pesquisadora obteve três tipos de respostas diferentes. Somente um percentual de 30% dos entrevistados revelou ser associado à instituição.

Sim, sou associada à ABD. [...]. Eu acho importante você ter uma associação a quem recorrer, né? É um crédito que você dá pro cliente quando você fala que tem uma associação por trás do profissional, que você pertence à uma associação. E também tem cursos, divulgação de feiras e tudo (ENTREVISTADO A2).

Paralelamente, 40% dos participantes disseram já ter sido filiado à ABD por algum período de tempo durante sua carreira. Porém, não é mais nos dias de hoje.

Já fui associada à ABD, mas não sou mais. Cancelei a anuidade no ano passado. Tanto pela questão financeira quanto por falta de tempo para participar dos eventos. E como teve a pandemia também ficou inviável manter (ENTREVISTADO A3).

Já fui. Não sou mais, porque no primeiro ano de formado o valor é até simbólico. Só que depois esse valor aumenta muito. E os projetos não aumentam na mesma proporção tão rápido. Então, não dá pra ficar mantendo um preço tão alto assim. Ai deixei de ser associada. (ENTREVISTADO A9).

Por fim, obteve-se uma taxa de 30% que revelou não ser, nem nunca ter sido associado à instituição.

Não sou associada à ABD, nunca fui. E isso nunca me limitou em trabalhar profissionalmente. Reconheço alguns benefícios da instituição, mas (digamos assim) que eu nunca vi a necessidade [...]. Nunca senti a importância de me associar pra eu ter aquele custo anual dentro do meu orçamento (ENTREVISTADO A1).

Não, nunca fui associada à ABD [...]. Quando saiu a regulamentação da profissão [...], não me filiei por questões financeiras e por falta de conhecimento do que era a instituição. Também porque nunca procurei saber, né? Mas, a partir desse momento, eu vi que realmente é um órgão importante (ENTREVISTADO A5).

Ao interrogá-los a respeito do código de ética da entidade, 50% dos participantes respondeu não ter nenhum conhecimento sobre o documento e seu conteúdo.

Não conheço, nem sabia que tinha esse código (ENTREVISTADO A9).

A outra metade (ou seja, 05 entrevistados) informou já ter lido pelo menos uma parte do código. Apenas um indivíduo teceu comentários acerca do tema, mas sem abordar maiores detalhes.

Olha, eu sou associada. Mas eu fico bem indignada da ABD aceitar arquitetas. Eu acho que contradiz muito. Com relação às questões éticas, o código tá dentro dos padrões. Eu só não acho ético um arquiteto que só tiver formação de arquitetura (porque se ele for arquiteto e designer, OK) poder fazer parte de uma associação que é de design de interiores. Enfraquece o nosso mercado, entendeu? (ENTREVISTADO A7).

Categoria 3: sustentabilidade

Neste tópico, pôde-se verificar que a sustentabilidade ainda é um tema pouco debatido e aprofundado no campo do design de interiores. TODOS os entrevistados relataram que tentam reduzir custos e reaproveitar itens existentes sempre que possível. Porém, a aplicação efetiva de práticas sustentáveis nos projetos está, em grande parte, interligada às demandas e às solicitações feitas pelos clientes.

É lógico que tem situações de não ter aproveitamento. Mas eu busco sim na medida do possível reutilizar. Quando é tecnicamente viável, né? [...] Os clientes, geralmente (vou te falar que mais ou menos 50%), também tem esse olhar de preservar alguma coisa (ENTREVISTADO A1).

Geralmente eu gosto de aproveitar. Quando o cliente tem mobiliário ou algumas peças que a gente vê que dá. Porque tem coisas que são complicadas. Então, eu tento aproveitar o máximo que eu posso quando o cliente faz esse pedido (ENTREVISTADO A3).

Sim, eu tento na maioria das vezes aproveitar as coisas que o cliente tem. [...]. São poucos os que começam do zero, jogam tudo fora ou não têm nada. Normalmente eles têm a intenção de aproveitar alguma coisa. Só não faço quando a coisa está em estado ruim. Ou quando me pedem uma proposta muito diferente do que já se tem (ENTREVISTADO A5).

Com certeza, eu tento reaproveitar. Mas não necessariamente como algo sustentável ou ecológico. As pessoas querem durabilidade, baixo custo de manutenção, essas coisas. [...]. Mais como forma de fazer economia (ENTREVISTADO A4).

Tem cliente que é bem específico em relação a isso. E eu sempre tento otimizar e reaproveitar coisas, até por uma questão de sustentabilidade, não apenas pelo lado financeiro (ENTREVISTADO A10).

No que concerne ao uso de materiais ou produtos ecológicos nos projetos, percebeu-se que 40% dos profissionais não têm o hábito de especificá-los por iniciativa própria. Além disso, observou-se que a grande maioria dos clientes não faz esse tipo de solicitação.

Os clientes não fazem esse tipo de solicitação e eu confesso não me inteirar tanto do assunto. Não foco nisso não, e até é algo que eu deveria pensar (ENTREVISTADO A8).

Eu não foco muito no assunto de materiais ecológicos, mesmo porque eles têm um valor agregado maior. [...]. A maioria dos clientes não solicita. Só especifico quando é um desejo do cliente. Mas não foco nisso não, sabe? (ENTREVISTADO A7).

Já os demais participantes, ou seja 60%, respondeu que tenta utilizar algum material ou produto ecológico nos projetos, mesmo quando os clientes não solicitam.

As pessoas não fazem esse tipo de pedido. Mas a gente especifica. Não é uma preocupação dos nossos clientes pra te falar a verdade. Acho que muitos ainda não se atentaram nisso [...]. Ai a gente é que tem que atentá-los pra isso, né? (ENTREVISTADO A2)

Sim, tento sugerir. Mas os clientes não solicitam. Muitos não têm essa percepção. E eu gosto de sempre projetar algo com essa pegada mais ecológica, mais sustentável, utilizando um material que dure mais [...]. É preciso pensar no meio ambiente. A questão desse entendimento passa pela ética, pela moral, pelo compromisso. E a gente tem essa função com o cliente (ENTREVISTADO A6).

Não, eles não fazem esse tipo de solicitação tão específica para materiais sustentáveis. Mas eu sempre tento usar produtos nessa linha, que consomem menos energia, economizam água. (ENTREVISTADO A10).

Categoria 4: contrato e *briefing*

No que diz respeito ao contrato, 80% dos entrevistados disse protocolar o documento para todos os clientes impreterivelmente.

Sim, para todos os clientes. Eu tenho uma proposta que tem validade como contrato. São estipulados prazos e o tipo de serviço que será prestado. Eu formalizo para todos com coleta de assinatura (ENTREVISTADO A1).

Já tive problemas por não ter um contrato com pessoas que eram, inclusive, conhecidas. Então, hoje já é uma prática. Todo cliente, independente do tamanho e proporção do projeto, tem um contrato. [...] E o meu inclusive é bem extenso (ENTREVISTADO A7).

Em contrapartida, 20% revelaram não registrar a prestação do serviço por meio da assinatura de contrato para todos, apenas para alguns clientes.

Não, não formalizo pra todos por meio de contrato. Acho que isso é um erro da minha parte, principalmente nesses últimos tempos. Acontece tipo: “vamos assinar depois no nosso próximo encontro”. [...] E é uma coisa que eu estou tentando mudar. Então, essa assinatura eu não faço sempre (ENTREVISTADO A5).

Mesmo não havendo unanimidade no quesito de formalização de contrato, TODOS os profissionais informaram que é importante esclarecer as dúvidas do cliente, deixando claro quais são os prazos, as etapas e procedimentos que serão desenvolvidos durante o projeto.

Ainda no contexto da forma como os profissionais se relacionam com o cliente, foi perguntado se eles desenvolvem o *briefing*. Todos disseram que sim. E, cada um a sua maneira, ressaltou a importância dessa ferramenta de registro.

Sim, de início eu sempre encaminho o *briefing*, seja *online* ou presencial. Gosto de fazer duas reuniões para o *briefing* porque quanto mais a fundo você sabe o que o cliente quer, mais assertivo você é (ENTREVISTADO A9).

Primeiro eu faço um *briefing*, uma reunião com o cliente no local. Até pra fazer a proposta, eu faço um *briefing*. E depois eu complemento esse *briefing* também no dia da medição. É um documento que geralmente os clientes enviam assinado. Agora *online* tá um pouquinho mais chato de fazer [...]. Estou até pensando em como resolver isso. Mas a partir do *briefing*, eu faço o projeto (ENTREVISTADO A7).

Sim, *briefing* pra mim é importantíssimo. Meu *briefing* demora entre 1 hora e meia a 2 horas. Agora a reunião é *online*, mas esse primeiro contato com o cliente é através do *briefing* (ENTREVISTADO A8).

Sim. Eu gosto muito de ouvir o cliente. Então, o *briefing* é construído bem junto com a solução mesmo (ENTREVISTADO A6).

Porém, percebeu-se que quatro entrevistados tiveram dificuldade de entendimento quanto ao significado da palavra *briefing*. A pesquisadora precisou ler uma breve descrição do termo para que os profissionais compreendessem do que se tratava. Acredita-se que isso se deu porque é um termo de uso recente ainda não assimilado na prática por profissionais mais antigos.

O que seria o *briefing*? Seria aquele questionamento que a gente faz antes de começar o projeto? (ENTREVISTADO A5).

Não entendi. Ah sim. Tem o *briefing*, né? Onde a gente faz o escopo do projeto, o que vai ser feito em cada ambiente pelas informações do cliente (ENTREVISTADO A1).

Como? Há sim, eu faço uma entrevista detalhada. Ai a gente faz um *briefing*, né? Uma entrevista sobre tudo que ele quer no ambiente, quais são as preferências, como é o dia a dia dele, esse tipo de coisa (ENTREVISTADO A2).

Eu faço uma entrevista com o cliente. Então, o *briefing* né? Faço minhas anotações, anoto tudo (ENTREVISTADO A3).

Categoria 5: código de defesa do consumidor

Ao perguntá-los acerca da Lei Federal 8.078/1990 que corresponde ao código de defesa do consumidor no Brasil, observou-se que 60% dos participantes disse não conhecer nada a respeito da referida lei. Já os outros 40%, revelou ter lido pelo menos uma parte do documento ou conhecer superficialmente seu conteúdo.

A gente sabe algumas coisas, mas pegar pra ler mesmo não (ENTREVISTADO A4).

Conheço, mas não sei falar muito sobre essa lei. A gente sabe que existe e se precisar está ali (ENTREVISTADO A10).

Já li, mas nem lembro. Assim, não li todo, tá? Eu também assumo. Tive um problema e ai tive que ler (ENTREVISTADO A7).

Vale dizer que 80% dos entrevistados mencionaram já ter interrompido algum projeto sem finalizá-lo. O motivo mais recorrente apresentado foi a falta de entrosamento ou conexão com o cliente.

Eu já rescindi um contrato antes de iniciar, porque eu vi que o cliente ia ser difícil. Ele já tinha até efetuado o pagamento integral. Eu só tinha feito a medição no local. Devolvi 100% do dinheiro dele e assinamos um termo de entrega. Eu vi que não ia dar certo e foi a melhor coisa que eu fiz, a melhor decisão (ENTREVISTADO A8).

Já interrompi, porque não estava dando certo com a cliente. Achei que ela estava passando um pouco dos limites. Ai conversei com ela e disse que achava que ela não estava satisfeita com o meu acompanhamento. E como o meu acompanhamento é cobrado a parte do projeto, então, a partir do momento que parei de receber, interrompi por ali mesmo (ENTREVISTADO A2).

Já. Foi em 2013. Era uma cliente que queria um projeto, mas não queria mudar a casa dela. [...]. Ai esse projeto não foi pra frente. Engraçado, foi um aprendizado muito grande! Porque no meu contrato eu não colocava que o tempo pra acompanhamento do projeto é limitado. Então, ela é advogada e o contrato está na mão dela com tempo indeterminado. Se em 2023, por exemplo, ela aparecer e falar que quer continuar esse projeto, eu vou ter que retomar (ENTREVISTADO A5).

Apenas 02 profissionais (20%) informaram ter finalizado todos os projetos para os quais foram contratados.

Não, nunca interrompi um projeto. Mas se algum dia precisar cancelar o contrato, eu cancelo. E ainda devolvo o dinheiro, não tem problema (ENTREVISTADO A6).

Finalmente, 30% dos profissionais disse nunca ter recebido críticas de clientes durante a prestação do serviço contratado. E, embora 70% já tenham recebido reclamações, informaram não ter tido problemas no campo jurídico por causa de clientes. Logo, nenhum dos profissionais entrevistados disse ter sido acionado na justiça em consequência de seu trabalho.

Categoria 6: percentual e recebimento de reserva técnica

TODOS os entrevistados relataram que recebem comissões de fornecedores e lojistas como uma forma de gratificação pelas indicações e pelo acompanhamento. O percentual varia de 3% à 10% do valor da compra realizada pelo cliente, dependendo do segmento ou da política de pagamento das empresas. Cada profissional estipula individualmente a forma de cobrança dessa taxa, podendo ser opcional ou obrigatória. Além disso, também foram citados casos em que o próprio cliente fica responsável por esse pagamento. Isto ocorre quando reserva técnica é prevista como parte do trabalho contratado e o fornecedor ou lojista escolhido não trabalha com esse sistema. É importante dizer que alguns profissionais encaram esse tipo de honorário como um componente da prestação do seu serviço. Já outros informaram que, apesar de aceitarem a RT, isso não norteia o seu trabalho.

Recebo. Geralmente de 3 a 10%. Inclusive é uma cláusula do meu contrato. Eu deixo claro pro meu cliente que eu recebo RT. É a forma como eu cobro o acompanhamento de compras. Se a loja não me pagar, quem me paga é o cliente. [...]. Mas o meu acompanhamento é opcional, tá? Se o cliente quiser meu acompanhamento, eu vou receber ou da loja ou dele mesmo (ENTREVISTADO A2).

Sim, geralmente o percentual é de 10% aqui de Belo Horizonte. [...]. Eu já especifico em contrato o pagamento de 10% por parte do cliente quando ele quer acompanhamento. Então, por exemplo, se a pessoa fala que não quer o acompanhamento, de cara isso já é retirado do nosso contrato. Quando o cliente fala que quer o acompanhamento, se o fornecedor não me pagar os 10% (isso eu deixo muito claro), o cliente me paga esse valor. Eu informo pro cliente, inclusive, qual fornecedor pagou e qual não pagou. Porque, as vezes, acontece de ter loja que paga 5% ou 3%, mas a maioria é 10%. Então isso fica muito claro pro cliente (ENTREVISTADO A1).

Sim. Eu já tipo incorporei isso como uma remuneração em função do valor que eu cobro pelo projeto. Então pra mim, é interessante que a RT exista de alguma forma. [...]. Isso é um dilema ético, né? Esses dias mesmo, um marceneiro de uma cliente me ligou perguntando se queria que ele me pagasse, pois ele paga pra outros profissionais. Eu disse que seria ótimo. E a gente conversando sobre isso, ele me falou: “eu sei que vocês tem cobrado o projeto muito barato. Então, eu acho que isso compensa um pouco”. Acaba que é verdade, porque pra gente cobrar o justo, o cliente não fecha. Mas, eu reconheço, principalmente quando é 10%, que é um valor muito grande pro cliente [...]. Eu gostaria de cobrar um preço de projeto que me desse a condição de não receber esse valor, porque eu não acho certo nesses casos onde há ônus para o cliente (ENTREVISTADO A5).

Sim, recebo. Mas depende, porque não é meu foco. O padrão de lojas geralmente é 10%. [...]. Eu recebo onde vai ser o mesmo valor pro meu cliente, porque eles não vão dar 10% a mais de desconto. Eu fui comprar pra minha casa esses dias e falei: “pode descontar a comissão”. E responderam: “não, a gente não desconta. Compra no CPF do seu marido que ai cai na sua conta”. Mas eu não vou atrás de comissão. Se cair na conta, caiu, beleza. Mas ir atrás, ficar levando cliente na loja focado naquilo, não! [...]. Acaba que o repasse é uma coisa antiética. Eu não concordo. Só que, às vezes, você acaba dependendo de um valor ou outro pra compensar um trabalho muito maior que você tem. É tão difícil mensurar o trabalho que você vai ter com o cliente. [...]. Já pensei diferente: que seria injusto nós não recebermos porque a gente tem um trabalho muito árduo quando a gente indica. Muito! De tipo assim: “ah, deu um problema”. O cliente te liga. Ele não liga pro vendedor, não liga pra loja, ele te liga. Eu já tive prejuízo com fornecedor. [...] E, graças a Deus, a reserva técnica que arcou com meu prejuízo. Imagina se eu não tivesse a RT? (ENTREVISTADO A7).

Recebo, mas eu não me guio em relação à RT não. Se for algo vindo de alguma forma sem esperar ok. Não combino, não negocio, não penso nisso, não vivo disso. Não conto com esse dinheiro pra nada (ENTREVISTADO A4).

Sim, eu recebo. Eu não exigo, nem cobro. Não fico atrás, mas normalmente recebo sim (ENTREVISTADO A6).

Ainda foi perguntado se os profissionais indicam preferencialmente fornecedores e lojistas que fazem o repasse da reserva técnica. Uma taxa de 80% respondeu que a RT não influencia as indicações.

Não. Eu dou preferência pra quem eu conheço e tem qualidade (ENTREVISTADO A9).

Não. [...]. O que eu olho muito são aqueles fornecedores que são parceiros, que se der algum problema eles retornam, que trocam quando é preciso trocar algo. Dou valor pra essa parceria (ENTREVISTADO A2).

Não, definitivamente não. Eu não induzo o cliente de forma alguma a comprar em lugar nenhum por causa de comissão. Eu indico onde eu acho que convém, onde gosto. Por RT jamais (ENTREVISTADO A4).

O mais importante dos parceiros não é a reserva técnica. É o compromisso, o respeito. Porque se acontece um problema na obra, ele vai lá e te ajuda. Se você errou, porque a gente erra também, ou se foi algum problema, aí o parceiro fala: “não, deixa que eu resolvo”. Eu acho isso mais importante do que o financeiro (ENTREVISTADO A6).

Apenas 20%, isto é, 02 participantes revelaram que sugerem parceiros em função das comissões.

Com certeza dou preferência. Porque todo mundo sai lucrando. Se tem uma loja que me atende bem, que fornece um produto bacana pro cliente, que tem qualidade, que tem compromisso, que tem prazo, me paga uma comissão, e eu vou numa outra loja que tem tudo isso, mas não me paga RT, o que que você acha que eu vou escolher? Lógico que é a com RT (ENTREVISTADO A3).

Ademais, 40% respondeu que nunca recusou RT. Por outro lado, 60% disse já ter recusado sim por alguma razão.

No início eu achava muito errado. Não recebia, recusava mesmo. Depois eu passei a receber por causa do meu custo, porque eu não cobro um valor alto de projeto (ENTREVISTADO A9).

Já. Eu recuso, principalmente se eu não acompanhei o cliente ou a peça foi escolhida pela internet. Porque eu cobro uma hora técnica de acompanhamento do cliente, nunca cobro da loja (ENTREVISTADO A10).

Um vez eu recusei porque eu não tinha acompanhado o serviço, não sabia nem sobre o que era a comissão (ENTREVISTADO A2).

Já, porque acrescentaria um valor pro meu cliente. Aí eu não quero. Hoje em dia os fornecedores que eu indico já sabem que eu não quero, então nem incluem comissão (ENTREVISTADO A7).

Já sim. Recusei de uma marcenaria muito pequena. As vezes esse tipo de fornecedor tira ali um pouco do bolso dele ou do cliente pra passar pra gente (ENTREVISTADO A8).

Já, porque era de eletricitista e pintor. E para os clientes esse valor faria muita diferença. Eles não conseguiriam chegar no final da obra se houvesse acréscimo tipo “põe um tanto pra mim”. E aí falei que não precisava. Muitas vezes, quando são clientes bem mais simples, eu peço pra não colocar. Só fico com as RTs de lojas que não representam ônus para o cliente (ENTREVISTADO A5).

Em paralelo, 30% afirmou que a reserva técnica não é um fator importante no seu faturamento. No entanto, para a grande maioria (ou seja, 70%) as comissões representam um valor significativo no montante total.

Eu não vou mentir que não seja. É sim. Ainda mais quando você não está esperando. Eu só não me programo em cima disso (ENTREVISTADO A8).

É muito importante. É uma fatia boa do faturamento, mas não a maior. Às vezes, acaba sendo a maior, mas na maioria das vezes não. A RT faz uma diferença sim (ENTREVISTADO A2).

Tem época que é sim. Eu assumo que ano passado, em 2020, foi um ano em que, coincidentemente, a reserva técnica foi igual, páreo a páreo, em valores de projeto. Foi o ano em que eu mais recebi reserva técnica. Dava pra comprar um carro. Teve uma reserva específica com um valor muito alto. [...]. Então, receber a RT de todas as lojas que tinham a possibilidade e que não embutiam um valor pro meu cliente, ganhou meu ano em faturamento. Por causa de um projeto específico (ENTREVISTADO A7).

Categoria 7: constrangimento causado pela reserva técnica

Nesta categoria, pretendeu-se descobrir se os entrevistados já sofreram algum tipo de constrangimento ao aceitar ou recusar a reserva técnica. Como resultado, 70% responderam que não, mas 30% disseram que sim.

Já. Um cliente queria contratar um marceneiro fora de BH, uns 300 km de distância. Eu fiquei preocupado com o pós-venda no caso de reparo. Não era parceiro meu. Mas o cliente achou que eu não queria esse fornecedor por causa da reserva técnica. Ai deu problema num painel e ele não queria vir consertar. Eu ainda tive que brigar pra corrigir. E acabei nem recebendo a reserva, não pedi, nem cobreí. E também já aconteceu de fornecedor falar que pagaria a RT, mas não pagou. Por várias vezes, já disseram que entrariam em contato e nada (ENTREVISTADO A6).

Já aconteceu. Foi um constrangimento que partiu de uma cliente que era vendedora numa loja de móveis. Ela falou: “eu sei que vocês recebem comissão e eu não gostaria que você fosse remunerada desta forma porque eu já estou te pagando pelo projeto” (ENTREVISTADO A4).

Já teve caso. Eu descobri um fornecedor que vende LED pra marcenaria. Ai eu compro direto com ele ao invés de ser com o marceneiro. E já comprei pra vários clientes. Encontrei com ele na semana passada, e ele falou: “ah, eu tenho que te dar a comissão”. Respondi que não queria não. E ele: “mas eu já incluí o valor no preço”. Eu continuei: “mas, eu não quero não”. E ele: “mas eu não mudo o meu valor para o cliente”. E respondi porque ele insistiu: “então depois você instala um LED na minha cozinha”. Mas eu nem queria, nem sabia, nem pedi pra ele (ENTREVISTADO A7).

Concomitantemente, foi perguntado se os profissionais informam ao cliente que recebem a RT. As respostas apontaram para três direções. Um percentual de 50% disse que sim, sendo que deixam a informação registrada no contrato.

Sim. Tem no contrato, mas não tem o valor, porque cada fornecedor paga um percentual. Mas eles têm ciência. Eu até falo: “tem lojas que comissionam, tem loja que é dinheiro, tem loja que é pontuação”. [...] Eu acho antiético quando o cliente não tem o conhecimento (ENTREVISTADO A7).

Tem no contrato sim. Eu deixo claro pro meu cliente que eu recebo RT. [...]. Eu sou a favor da reserva técnica ser repassada com o conhecimento do cliente. Eu acho que se ele não fica sabendo, ele pode se sentir enganado. O que era muito comum antigamente. Quando eu comecei na profissão, pouca gente falava. Mas eu sempre optei por falar, pra já deixar claro pro cliente. Porque a gente é comissionado por uma venda, você praticamente trabalha como vendedor autônomo pra aquela loja, você está vendendo um produto deles. [...]. E sou contra não falar isso pro cliente, não esclarecer, porque ele se sente enganado (ENTREVISTADO A2).

No meu contrato fala que algumas lojas fazem o pagamento por essa indicação, [...], que é algo que é aplicado no mercado. Deixo o cliente já ciente na proposta. Mas eu acho extremamente desnecessário, deselegante. Então, não gosto de falar sobre isso com o cliente, não vejo necessidade. Enfim, pra mim não precisava nem existir RT (ENTREVISTADO A4).

Sim, a informação é colocada no contrato. Sem o conhecimento do cliente, eu sou contra. Como eu já deixo isso claro em contrato, eu entendo que é válido. Se a loja tem a capacidade financeira de pagar, sendo que ela também não faça de forma diferenciada, né? Cobrar 10% a mais no produto final se o cliente for com o profissional ou der esse desconto se não for. Desde que seja o preço praticado no mercado sem alteração nenhuma pro cliente, OK. Agora, a partir do momento que ele faz de forma diferenciada, quando chega no meu conhecimento (e já chegou) eu corto esse fornecedor. Não concordo (ENTREVISTADO A1).

No contrato eu tenho essa informação. Quando o cliente tem conhecimento, é bom que isso fica às claras. Mas 90% já me procura sabendo dessa prática [...]. Nunca nenhum cliente me falou diretamente que não ia contratar um fornecedor porque eu recebo comissão dele. Mas eu deixo claro que meu foco não é a comissão. A questão é a qualidade, sabendo que a empresa é idônea (ENTREVISTADO A9).

Já 40% revelaram NÃO informar no contrato, tratando do assunto somente se o cliente mencionar. Apenas 01 entrevistado (10%) disse que informava via contrato, porém não faz mais desta forma.

Olha teve um período em que eu colocava isso na minha proposta. Ai começou a ter muito questionamento. Na verdade, os clientes sempre perguntavam e eu esclarecia. Mas ai eu cheguei num ponto que mudei. [...]. Eu tirei da proposta e não comento mais porque a maioria das pessoas sabe dessa comissão. [...]. Quando eu colocava na minha proposta, achava ideal que o cliente soubesse que tem a RT, justamente pra não ter problema. Mas tem cliente que diz: “ah, eu não aceito isso de RT porque eu já estou pagando pelo projeto”. Às vezes, a pessoa não entende. Infelizmente o projeto é uma coisa que não é tão valorizada. Hoje eu já acho que melhorou muito, mas ainda falta. Então muitas vezes o cliente não quer

pagar, o valor do projeto dizendo: “nossa: é muito alto”. Mas não entende o que é o trabalho. Então querendo ou não, a RT complementa muita coisa. O ideal é que todos saibam que tem o repasse. Mas, tenho até que parar pra pensar mais sobre isso (ENTREVISTADO A3).

Categoria 8: valorização da profissão no mercado

Ao questioná-los sobre a valorização do designer de interiores no mercado de trabalho belorizontino, as opiniões ficaram bem divididas. A maioria (06 participantes) disse que NÃO considera a profissão bem valorizada e remunerada em Belo Horizonte e na região metropolitana. Porém, dentro desse grupo, os comentários para tal circunstância foram bastante heterogêneas: 03 entrevistados relataram que a falta de conhecimento sobre a abrangência de atuação do designer prejudica o setor, 01 se posicionou no sentido de que a RT é um suporte para a má remuneração, 02 relataram que a RT é um fator que prejudica o crescimento.

Não, definitivamente não. Eu explico muito quando o cliente me procura, qual que é a vantagem de se ter um profissional. Porque ele não tem esse entendimento, né? De quanto é amplo o nosso trabalho. Os clientes têm uma visão de que é um trabalho muito caro, que é uma coisa que vai onerar muito a obra. Então, assim, eu tento passar ao máximo pro cliente como pra ele vai ser econômico no final das contas (ENTREVISTADO A1).

Não, ainda precisa haver um entendimento melhor para todo mundo sobre o design de ambientes. [...] Porque parece que a gente só decora. Eu tento desmistificar isso nas minhas redes sociais, explicando um pouco do nosso trabalho. As pessoas têm muito que conhecer pra dar valor. Também acho que a arquitetura e a engenharia são parceiras do design, são profissões que se ajudam muito. Eu quis fazer engenharia pra saber mais da área e interligar futuramente o escritório, expandir talvez. Tem coisas que estamos impedidos. Também é preciso quebrar algumas barreiras quanto ao que o designer não pode fazer, né? (ENTREVISTADO A9).

Não, eu acho que não. Porque muitas pessoas não reconhecem o nosso trabalho até quando ele é feito, né? Então, o primeiro impacto vai pra fechar o preço com o cliente. Depois que passa, o cliente fala: “nossa, vocês trabalham demais”. Mas ai já pagou, já passou. É dessa forma que a gente acaba incorporando a RT mesmo, pra ter uma remuneração melhor. Na verdade, a nossa profissão é muito complicada. A gente tem que lutar, porque é um processo. Mas algumas barreiras a gente já venceu (ENTREVISTADO A5).

Não, não é. Definitivamente não é. Esse lance da reserva técnica é um dilema ético. É a pior coisa. O legal é você poder cobrar o projeto sem esse jogo de ganha, ganha. Porque o cliente pensa que o valor cobrado é mais alto, né? Tem profissional que cobra mais barato pra ganhar na reserva técnica e completar aquele valor [...]. Tem também a questão da responsabilidade que compete à gente, pela quantidade de problemas que podem aparecer. Se eu não ganho o suficiente, como eu vou assumir os meus erros? Eu não vou jogar na conta do cliente. Então, eu preciso ganhar pelo menos o suficiente pra valer a pena [...] Porque se você errar, moralmente você tem que assumir o erro. E isso pode acontecer, errar uma medida, por exemplo. E quem vai pagar? É você (ENTREVISTADO A6).

Não, definitivamente não. Por enquanto, eu não consigo cobrar o valor que eu gostaria. A gente não é valorizado, falta muito ainda. [...]. A gente tenta explicar pro cliente o quanto nosso trabalho é importante, o quanto podemos otimizar a obra. Mas ainda tem um caminho longo pra chegar lá (ENTREVISTADO A10).

Não, nem um pouco. Por diversos fatores. Um é a reserva técnica. Isso prostitui um pouco o mercado [...]. Eu consigo cobrar um valor de projeto que paga os meus custos. Mas eu conheço muitos profissionais que cobram menos porque sabem que o cliente vai fechar ou forçam o cliente a fechar, ficam cercado em relação à esse negócio, dependendo de RT. E isso faz com que nossa profissão seja desvalorizada [...]. Tem profissionais que levam o cliente em lojas de iluminação e fazem o projeto lá. Vão em loja de móveis [...], fazem o projeto de marcenaria e detalham lá. Olha só, essas lojas oferecem o serviço porque muitos vendedores são formados na área. Se eu quiser ser uma profissional medíocre, eu posso ir nessas lojas com meu cliente e a loja que vai fazer o projeto. O cliente está pagando pra mim e a loja ainda me paga a RT? Olha que absurdo! O cliente me paga, a loja me paga e a loja ainda faz o projeto! (ENTREVISTADO A7).

Além disso, 03 indivíduos explicaram que consideram que os profissionais da área são PARCIALMENTE valorizados, tecendo uma perspectiva mais positiva. Isto porque o mercado de BH e RMBH já melhorou, entretanto, o design de interiores ainda está em processo de se fortalecer na região analisada.

Acho até que sim, eu não posso reclamar não. Mas de forma geral, muita gente acaba desvalorizando a profissão cobrando um valor muito inferior. E isso acaba prejudicando um pouco o mercado. Acho que aqui em BH a área já melhorou muito, mas ainda pode ser mais. Está caminhando (ENTREVISTADO A3).

Olha, eu acho que essa valorização está crescendo. E que bom! Porque hoje o profissional não é valorizado da forma que deveria ser. Financeiramente falando, eu acho que trabalha-se muito e não se ganha tanto quanto deveria ser. Não sei como é em São Paulo e outras cidades, mas enfim. Por essa razão, eu quis diversificar meu leque e fiz arquitetura também (ENTREVISTADO A4).

Ainda não do jeito que merece. Acho que a gente deveria ser mais valorizado, mas já melhorou muito! Porque quando eu comecei a trabalhar era uma coisa até muito elitizada. Hoje em dia já é uma coisa de utilidade. As pessoas querem trabalhar o espaço, otimizar, melhor falando. E melhorou muito essa questão de relacionamento entre cliente e decorador. Mas ainda tem que melhorar mais. Existe uma dificuldade quando o cliente te contrata de entender como é o nosso trabalho, por mais que a gente explique o que inclui. Os clientes falam que entenderam, mas não entenderam. Então, acho que tem que melhorar a valorização do profissional, embora já tenha melhorado desde a época que comecei (ENTREVISTADO A2).

Por fim, 01 dos entrevistados não tratou do mercado em geral. Falou apenas sobre a sua atuação, destacando que se considera valorizado e bem remunerado como designer de interiores.

Eu vou falar por mim. Eu cheguei num ponto em que eu valorizo tanto o meu trabalho que eu me considero bem remunerada sim. Porque eu não negocio meu preço, não abaixo de jeito nenhum. Meu preço pra mim é inegociável. E eu não sei do preço da concorrência, sendo bem sincera. Fecho até a minha agenda quando estou com vários compromissos de trabalho marcados. Eu me considero bem remunerada. Mas isso é bem pessoal, vai de cada profissional (ENTREVISTADO A8).

8.3 Roteiro 2: entrevistas com os fornecedores/lojistas

As entrevistas realizadas com os fornecedores/lojistas foram desenvolvidas conforme o roteiro 2 (APÊNDICE B) agrupando 15 perguntas acerca da temática em questão. As informações coletadas foram agrupadas em 6 categorias diferentes de acordo com o resultado obtido por meio das respostas dos participantes.

Categoria 1: parceria entre profissionais e fornecedores/lojistas

O faturamento das empresas está diretamente relacionado às indicações dos profissionais, sendo que TODOS os entrevistados afirmaram que tal parceria é “*importante, fundamental, primordial ou indispensável*”. Porém, não foi possível definir porcentagens separadas para o núcleo que agrupa os profissionais da área de construção, tais como designers e arquitetos.

95% dos clientes vêm de indicações, [...] sem a parceria com os arquitetos e decoradores eu não teria esse alcance aos clientes. É um fator muito importante e indispensável (ENTREVISTADO B2).

Atualmente 90% dos meus clientes são por indicação de profissional, decoradores ou arquitetos. [...] Diria que isso é primordial, sem os profissionais o faturamento da minha empresa seria muito menor (ENTREVISTADO B3).

Hoje, 90% dos meus clientes vêm de parcerias com designers, arquitetas e até mesmo de construtores. [...] Essa ligação é importante e corresponde à maioria das entradas de pedidos na fábrica (ENTREVISTADO B5).

Em torno de 80% dos clientes, realmente a grande maioria vem através de arquitetos e decoradores. [...] Essa parceria é fundamental. Já trouxe muitos projetos importantes e grandiosos para a empresa (ENTREVISTADO B1).

O percentual varia muito de acordo com o mês. Mas se a gente fizer uma média, vai ser de mais ou menos 60%. [...] A parceria é importante sim (ENTREVISTADO B4).

Categoria 2: qualidade do projeto e acompanhamento do profissional

Na questão referente à qualidade dos projetos, apenas 02 fornecedores/lojistas informaram estar satisfeitos com os detalhamentos que recebem para fazer os orçamentos dos produtos e executar os serviços. Em contrapartida, 03 entrevistados responderam que os projetos deixam à desejar.

Olha, sinceramente é raridade os que vem bem especificados e detalhados. Às vezes, a gente recebe só perspectiva. E aí precisamos ficar puxando as medidas no Sketch UP e depois perguntar qual seria o acabamento. Alguns escritórios não querem perder muito tempo com o detalhamento. Então, as mesmas perspectivas que eles fazem pra mostrar pros clientes, eles passam pra gente. Nesse quesito, a gente sente bastante falta de um detalhamento completo. Não sei se isso acontece pra outras marcenarias também, ou se acontece só com a gente (ENTREVISTADO B1).

Não, nunca tem informações claras e detalhadas (ENTREVISTADO B4).

Quase nunca, pouquíssimos profissionais se preocupam em detalhar projeto, sempre temos que ligar para tirar dúvidas (ENTREVISTADO B3).

Já em relação ao acompanhamento dos profissionais durante a venda ou execução dos serviços:

- 03 afirmaram que os profissionais SEMPRE acompanham o cliente durante todo o processo,
- 01 afirmou que apenas 40% dos profissionais acompanham o cliente,
- 01 afirmou que os profissionais indicam a empresa, mas a maioria não acompanha a venda do produto e/ou execução do serviço, apenas o resultado final.

Categoria 3: sustentabilidade

Nesta categoria, pôde-se perceber que a sustentabilidade ainda não é tratada com a devida relevância. Uma das empresas relatou que não oferece nenhum material, produto ou serviço ecológico. Também não possui nenhuma política interna voltada para a preservação ambiental. Além disso, 03 entrevistados relataram atitudes ainda bastante tímidas nesse quesito:

A única coisa que fazemos internamente é doação de sobras de materiais para fabricação de brinquedos pedagógicos (ENTREVISTADO B3).

Nós temos os cuidados de descarte de material, principalmente material químico. Tem os lugares específicos que a gente leva. Mas a gente pretende sim, futuramente, implantar alguma coisa mais relevante nesse sentido de reaproveitamento de sobras. A gente tenta reaproveitar, mas nem tudo a gente consegue. Então, falta um pouco ainda de pesquisa pra saber o que mais que a gente pode fazer (ENTREVISTADO B1).

A gente trabalha com a Hunter Douglas que tem a Sea-Text, uma linha de telas solares fabricada com plásticos coletados dos oceanos. Existe uma ONG que coleta esses plásticos. Daí vai para uma outra empresa que faz o beneficiamento do material. E a Hunter Douglas transforma em tela solar. Ela tem uma linha exclusiva feita de plásticos reciclados. É bem bacana e é um produto super diferenciado, muito leve. Esse é um dos produtos que vendemos na loja (ENTREVISTADO B4).

Apenas um entrevistado descreveu ações sustentáveis que têm um impacto mais significativo:

Existe uma preocupação no descarte e também na reutilização de materiais. Às vezes, o cliente quer se desfazer de algum material que será substituído, mas que pode ser aproveitado. Não precisa ir direto pro lixo. Porque não é um material ruim, mas foi usado de maneira inadequada. Assim, acontece tanto com o MDF quanto com a ferragem. Ai eu pergunto pro cliente se posso usar esse material e levo pra fábrica. Eu também não posso descartar toda sobra de insumo da produção num lixo comum. Então, a gente contrata uma caçamba que leva pra um bota fora. Lá tem as baias separadas pra MDF e produtos que podem ser usados pra artesanato. No mais, a gente tenta jogar o mínimo de material fora (ENTREVISTADO B5).

Categoria 4: percentual e pagamento de reserva técnica

TODAS as empresas, sem exceção, informaram que fazem o pagamento de comissões aos profissionais como uma forma de gratificação pelas indicações. O percentual costuma variar de 3% à 10% do valor da compra realizada pelo cliente. Porém, essa porcentagem pode ser nula ou maior do que 10% conforme a postura de recebimento do profissional quanto à RT. Somente 01 dos entrevistados revelou que não tem uma taxa fixa, pois o valor da reserva varia conforme a solicitação do profissional que indica seus serviços.

Olha... há uma diversidade. Por exemplo, tem profissionais que pedem 5% [...]. Outros 10%. E tem profissionais que, em cima do meu orçamento, colocam a margem que eles acham que vai ser justo pra negociar com o cliente. Eu também atendo duas profissionais específicas que não aceitam RT (ENTREVISTADO B5).

Também foi perguntado, se o cliente SEM acompanhamento consegue um desconto maior por não ser necessário o repasse de comissão ao profissional: 04 informaram que o valor NÃO muda, é sempre o mesmo independente se existe indicação de profissionais de qualquer classe.

O cliente que não tem um profissional não recebe um desconto maior. O preço é o mesmo. Quando o cliente toca no assunto, a gente explica isso pra ele (ENTREVISTADO B4).

Às vezes, mesmo com o profissional, eles até pedem a RT como desconto na hora de fechar o projeto. Falam que não vão querer pagar a comissão e pedem o valor em desconto em cima do preço. O que a gente não gosta, nem costuma fazer (ENTREVISTADO B1).

O preço informado é o mesmo (ENTREVISTADO B2).

Na verdade não, pois o trabalho de fazer um projeto para ele é maior, então o custo pode ser até mais alto sem o profissional (ENTREVISTADO B3).

Categoria 5: constrangimento causado pela reserva técnica

Em um primeiro momento, foi perguntado se os entrevistados haviam sofrido algum tipo de constrangimento por não pagar a reserva técnica ao profissional. A maioria, ou seja, 03 deles relataram que nunca se sentiram constrangidos ao fazer o repasse de RT. No entanto, os outros 02 disseram ter passado por situações embaraçosas.

Sim, um profissional que fez o projeto de um amigo meu não aceitou os 5% de gratificação. Disse que não queria esmola, porém o cliente era amigo íntimo e eu estava fazendo um preço diferenciado devido a nossa amizade. O profissional não entendeu isso, achei deprimente (ENTREVISTADO B3).

Sim, em uma ocasião que o cliente veio sem a profissional, não falou o nome dela. Depois ela entrou em contato perguntando pela RT. Paguei (ENTREVISTADO B2).

Em seguida, buscou-se descobrir se o pagamento de reserva técnica é feito de forma transparente e se o cliente é informado sobre tal prática. TODOS relataram que NÃO informam ao cliente que fazem o repasse de uma gratificação extra ao profissional contratado por eles.

Não, claramente a gente não fala. Mas isso já é meio que implícito nesse mundo de outros fornecedores que trabalham com arquitetos e decoradores. Então, normalmente o cliente já sabe como funciona. E, de qualquer forma, é um valor que a gente não está acrescentando no preço do cliente. Então não é o cliente que está pagando. É a gente que está pagando. Independente se o cliente (vamos dizer assim) vai autorizar o pagamento ou não, é um valor que a gente está retirando da empresa (ENTREVISTADO B1).

Olha, isso não é praxe. A gente geralmente não informa. Mas acho que a maioria dos clientes, sabem que há essa reserva. Uns fingem que não sabem, outros sabem e entendem que é justo (ENTREVISTADO B5).

Não. É um combinado do profissional com o cliente dele, né? (ENTREVISTADO B4).

Não falo sobre isso com o cliente. Para mim não faz diferença, afinal meu cliente na realidade é o decorador e o arquiteto que me indicam sempre (ENTREVISTADO B3).

Curiosamente, um dos entrevistados se posicionou contra a RT. Apesar de realizar o pagamento das comissões aos profissionais em seu estabelecimento, o lojista não concorda com tal prática vigente no mercado brasileiro.

Não informo o cliente sobre a reserva técnica. Na minha opinião, com ou sem conhecimento do cliente, acho que RT é algo que não deveria existir. O profissional deveria cobrar pelo projeto e o lojista pelo produto. Quando se paga comissão sobre o produto, inevitavelmente existe a interferência sobre a escolha do produto pelo profissional ao cliente. Se quem ao final acaba pagando é o próprio cliente, não entendo porque ao invés de que seja parte do custo do projeto, tem que ser embutido no preço de venda do lojista. Fica parecendo uma coisa que tem que ser escondido. Uma enganação ao cliente. Não acho legal (ENTREVISTADO B2).

Categoria 6: código de defesa do consumidor

Sobre o código de defesa do consumidor, representado pela lei 8.078/1990, apenas 02 participantes revelaram ter conhecimento sobre os preceitos do documento. Mais da metade dos entrevistados (ou seja, 03 indivíduos) informaram desconhecer totalmente o conteúdo do CDC. Ademais, nenhum dos fornecedores e lojistas da amostra registrou ter sofrido qualquer tipo de ação na justiça até o presente momento.

No que tange às insatisfações demonstradas por clientes dessas empresas, 02 entrevistados disseram já ter recebido críticas acerca dos produtos ou serviços prestados.

Já tivemos críticas. A gente tenta absorver, entender e melhorar. Mas acontece sim. Nunca fomos acionados na justiça. A gente tenta sempre deixar o cliente bem atendido. Então, se ele não gosta (por mais que tenha sido executado exatamente o que estava no projeto), tentamos alterar, melhorar de todas as formas possíveis pra agradar o cliente. Pra que no fim das contas, no resultado final, ele saia satisfeito (ENTREVISTADO B1).

Qualquer dano ou insatisfação mesmo que pontual, procuramos resolver o mais breve possível. Nunca tivemos problemas sérios. Um defeito ou outro que sempre me prontifico a arrumar. Se necessário faço outra vez, procuramos não deixar nenhum cliente insatisfeito. Nunca tivemos ações de nenhum tipo, nem mesmo trabalhistas (ENTREVISTADO B3).

Em paralelo, os outros 03 entrevistados relataram ter 100% de êxito nos trabalhos.

Não, nunca tivemos problemas assim. Sempre ao lado do cliente para deixá-lo satisfeito. Mesmo que isso implique prejuízo pra mim (ENTREVISTADO B2).

Até então não tive reclamações. Procuro fazer meu trabalho com bastante zelo. Eu sempre pergunto ao cliente se há alguma objeção [...]. E se tem algum detalhe, eu ajusto (ENTREVISTADO B5).

Nunca recebi crítica de cliente. A gente realiza a pós-venda. Então, se algum detalhe precisa ser ajustado ou consertado, a gente faz a resolução do problema (ENTREVISTADO B4).

8.4 Roteiro 3: entrevista com a ABD

Os dados aqui relacionados dizem respeito a entrevista que foi realizada com o membro administrativo da regional paulista da ABD (Associação Brasileira de Designers de Interiores). O roteiro preparado compunha-se de 15 perguntas sobre assuntos variados no contexto da pesquisa (APÊNDICE C). As informações coletadas foram agrupadas em 6 categorias distintas conforme o conteúdo das respostas.

Categoria 1: código de ética da ABD

O código de ética da ABD é disponibilizado no site da instituição e possui livre acesso ao público em geral. Porém, não foi possível aferir desde quando o documento está em vigor, nem como foi formulado ou por qual equipe.

Difícil precisar, pois vem recebendo alterações ao longo destes 40 anos de existência da ABD, e não há previsão quando foi efetuada sua primeira versão. A ABD trabalha com comissões estabelecidas para desenvolver diferentes áreas de atuação, através de profissionais experientes e habilitados para tanto. Certamente, à época se utilizou da mesma metodologia de trabalho que adotou ao longo dos anos (ENTREVISTADO C1).

O documento foi elaborado com base em informações normativas da IFI e do CONFEA (vale dizer que na época, a instituição ainda não havia sido desmembrada, hoje o CONFEA representa os engenheiros e o CAU/BR a categoria da arquitetura). A justificativa para tal circunstância é de que:

A IFI reúne as principais associações e instituições do mundo no setor de “Design de Interiores”, e o CAU tem atuação correlata às atividades do designer de interiores, portanto, entendemos que estas instituições poderiam referendar e agregar valor ao dito documento (ENTREVISTADO C1).

Categoria 2: adesão de “profissionais adaptados”

Nessa categoria, foi possível identificar dois desdobramentos. O primeiro se refere à filiação de profissionais sem formação ou autodidatas, fato que não acontece mais no corrente ano de 2021.

A profissão de designer de interiores é nova e tinha pouco ou nenhum curso no Brasil há 40 anos atrás, porém muitos trabalhavam na área. E, não por escolha, mas na condição da época, não se exigia ter formação. Desta forma, a ABD acolheu estes profissionais por muitos anos. Recentemente foi revista esta questão e em dezembro de 2018 houve deliberação e alteração desta determinação gerando o documento intitulado “Regras Regimentais para Ingresso e Reenquadramento ao Quadro Social”, e não há associação de autodidatas desde então (ENTREVISTADO C1).

Já o segundo ponto, condiz com a não exigência de formação específica em design de interiores. Hoje, conforme o estatuto da entidade, podem se associar à ABD:

- estudantes e profissionais do design de interiores (técnicos, tecnólogos ou bacharéis de cursos reconhecidos pelo MEC ou pela Secretária de Educação que tenham no mínimo 800 horas cursadas).
- arquitetos com graduação em Arquitetura e Urbanismo.

Observa-se que um arquiteto pode se filiar à ABD e ao mesmo tempo ao CAU, por se tratarem de instituições de cunhos diferentes.

A ABD é uma Associação, o CREA ou CAU são Conselhos Federais, autarquias que têm um caráter bastante diferente. A associação promove e defende os interesses do profissional, o conselho federal fiscaliza o exercício da profissão. Só podem se filiar aos conselhos profissionais com formação comprovada, e como mencionado, também na ABD (ENTREVISTADO C1).

Categoria 3: reserva técnica

É importante frisar que os códigos de ética da ABD e do CAU têm posturas divergentes quanto ao recebimento de comissões ou reserva técnica, situação que pode gerar um conflito ético para um associado da ABD que seja da área da arquitetura.

A ABD entende que não há prática ilegal no comissionamento de serviços legalmente prestados, mas sim falta de ética quando a remuneração dos seus serviços se dá de forma velada ou escusa. A declaração e conhecimento entre as partes da composição de tal remuneração tira o aspecto antiético e valida sua prática. O CAU tem outro entendimento, e os arquitetos associados à ABD continuam sujeitos às penalidades cabíveis em seu conselho (ENTREVISTADO C1).

Categoria 4: descumprimento ao código de ética da ABD

No que tange às violações do código de ética da ABD por seus associados, não há punições previstas para os infratores, haja vista que a entidade é apenas uma associação e não um conselho.

As punições são exclusividade dos órgãos fiscalizadores [...]. Como coloquei anteriormente, uma associação não tem papel fiscalizador de seus profissionais, mas norteia, fomenta, defende e referencia visando a melhor prática de seus profissionais.

Categoria 5: profissionais associados à ABD na regional de Minas Gerais

Infelizmente não foi possível estabelecer percentuais específicos acerca da composição do grupo de associados da ABD, pois a entidade não dispõe de dados dessa natureza (como o número preciso de arquitetos e de designers de interiores - incluindo bacharéis, tecnólogos e técnicos). Entretanto, chegou-se ao número total de profissionais que estão filiados na regional mineira nos dias atuais.

Em todo o estado de Minas Gerais contamos com 1.363 associados, 60% deles em Belo Horizonte (ENTREVISTADO C1).

Categoria 6: proposições futuras

Por fim, quanto aos rumos da ABD no que diz respeito à organização da classe e às próximas ações, tem-se que a entidade continua trabalhando ativamente.

Ela seguirá com sua missão, nada mudou! Muitas lutas estão sendo travadas neste momento; a atuação profissional está em constante mudança e adequação ao seu tempo, e a ABD continua a exercer seu trabalho para enobrecer e desenvolver as áreas de atuação de seus profissionais (ENTREVISTADO C1).

8.5 Discussão

*“Para tomarmos as melhores decisões profissionais
é preciso começarmos a pensar de forma ética”*

(ROBERT SOLOMON)

A ética profissional se conecta com a transmissão de valores que regem o comportamento dos indivíduos na realização de qualquer ofício. Dito isso, o sucesso, tal como admitido para o ser humano íntegro e virtuoso, jamais poderá ser alcançado sem a prática da ética. Por mais que se tenham corrompido os costumes, por mais que muitas falhas de conduta fiquem sem punição, em tempo nenhum a verdade contida na virtude será destituída (SÁ, 2014).

Para Antonio Lopes de Sá, o profissional que age eticamente consegue realizar e materializar seus ideais. É pela determinação obstinada em propósitos honestos que o homem alcança seus maiores objetivos. O autor destaca que se amamos o que fazemos, o fruto do nosso trabalho será de boa qualidade e trará proveitos. Se nos valorizamos profissionalmente pela sabedoria, é possível obtermos melhores rendimentos. Assim, sob essas premissas, compreende-se que a qualidade do trabalho vai de encontro à busca da possível perfeição nos serviços prestados.

Em adição, Aristóteles associa a felicidade à prática das virtudes. O homem encontra a satisfação mais plena em sua existência no exercício de atividades honrosas (NODARI, 1997). Portanto, a ética está interligada ao sentido de felicidade. Quanto mais ético e virtuoso o ser humano for, mais feliz se tornará (SILVA, 2013). Isto, por conseguinte, se reflete na práxis das tarefas de trabalho.

Guerin e Martin (2010) explicam que as profissões são compostas por quatro elementos: a base intelectual (ou seja, o conhecimento adquirido por treinamento e educação especializada), o código de comportamento ético, a autonomia profissional e o altruísmo em oposição ao interesse próprio. Ressalta-se, com isso, que os valores morais que orientam as ações de cada profissional são particulares. Cada sujeito estabelece os parâmetros que irão permear suas decisões conforme crenças intrínsecas e regramentos sociais. É inequívoco que o ser humano tem suas singularidades,

sua maneira pessoal de realizar um trabalho. Entretanto, existem normas para reger a prática das atividades laborais. Quando um código de ética é estabelecido para uma classe, cada associado passa a subordinar-se, sob pena de incorrer em transgressões, punitivas pelo órgão incumbido de fiscalizar o exercício da profissão (SÁ, 2014). Por conseguinte, o conhecimento de um código de ética é um componente essencial do profissionalismo (GUERIN; MARTIN, 2010), sendo que o cumprimento individual de suas regras é um dos critérios importantes que caracterizam a prática de qualquer ofício.

No âmbito do Design de Interiores, Guerin e Martin (2010) salientam que o corpo de conhecimento na profissão é dinâmico e está em constante fluxo, sincronizando-se com as variações de dados e informações que se modificam ao longo do tempo. Segundo Geoffroy (2020), o panorama do século XXI demanda profissionais que sejam capazes de gerir a complexidade do mundo na interface homem-espço. Nesse ínterim, o ofício ganha uma dimensão sistêmica, englobando aspectos éticos, estéticos, funcionais, ergonômicos, culturais, psicológicos, tecnológicos, econômicos e ambientais – tanto na macro quanto na micro escala – com a finalidade maior de impactar positivamente a qualidade de vida das pessoas.

Outrossim, observa-se que a conduta ética é um princípio essencial para a atuação profissional, desde o primeiro contato com o cliente, passando pelo processo de contratação até o desenvolvimento da solução projetual, execução e *feedback* (MOREIRA, 2020). Deste modo, entende-se que, em qualquer época ou situação, a integridade e a honradez deverão nortear a prática desta atividade. Por essa razão, existem divesas entidades de classe que apoiam e orientam a profissão ao redor do mundo.

A IFI é a instituição que possui maior representatividade em nível global no setor. Os preceitos que compõem a IFI *Interiors Declaration* validaram a formulação do atual código de ética da ABD, associação que representa a classe no Brasil. Em virtude disso, para o delineamento da pesquisa buscou-se analisar as normativas definidas por essas duas instituições, observando as particularidades e os pontos convergentes. Assim, ao correlacionar a declaração da IFI com o código de ética da ABD, pode-se dizer que ambos os documentos possuem uma essência similar, mesmo tendo estruturas textuais diferentes. Fazendo uma avaliação sobre os aspectos comuns das

regras previstas no código brasileiro com as sugestões da declaração estrangeira, observou-se acima de tudo a preocupação pela responsabilidade individual e pelo bem-estar coletivo na prática do design de interiores. Evidenciam-se também os valores culturais, a sustentabilidade e a relevância do conhecimento técnico. Contudo, no que concerne às diferenças, apenas a normativa da ABD trata de questões referentes à publicidade, à formulação de contrato e ao pagamento de honorários, detalhes não encontrados em nenhum tópico da declaração da IFI.

O código de ética sugerido pela ABD funciona como um guia de posturas a serem seguidas pela categoria em todo o território nacional. O documento possui a função deontológica educacional e preventiva, pois tem por objetivo informar sobre os deveres profissionais dos designers de interiores. Mas a existência do mesmo não garante a sua eficácia, haja vista que nem todos os profissionais ativos no mercado buscam embasamento para a sua atuação segundo tal código.

O alinhamento das questões éticas levantadas pelo estudo de caso proposto dentro do recorte amostral de BH e RMBH, revelou que 50% dos designers de interiores entrevistados desconhecem o conteúdo e/ou existência do documento. Ressalta-se que o desconhecimento acerca de tal código não configura uma atuação antiética no exercício profissional. Mas é preciso difundir entre os representantes da categoria a importância da normativa com fins de enaltecer a profissão, oferecendo o respaldo de uma prestação de serviços com melhor qualidade. Todavia, não basta apenas conhecer o código, é necessário aplicá-lo na prática. A obediência ao código de ética profissional é uma prerrogativa que se pauta no compromisso de uma atuação responsável.

Outro dado importante registra que apenas 30% destes participantes são filiados à ABD. Além disso, 40% já foram associados por algum período de tempo, mas não são mais hoje em dia (principalmente por questões financeiras). O restante, ou seja 30%, revelaram que nunca se filiaram à instituição, pois a ausência do registro na ABD não impede o exercício da atividade.

Hoje, o Design de Interiores ainda não possui um Conselho Profissional **próprio** para reprimir os desacertos procedimentais porventura praticados pelos representantes da categoria no país. E como a ABD é apenas uma associação, seu código não possui caráter coercitivo, porque as punições são de exclusividade das autarquias fiscalizadoras do governo. Enquanto isso, a categoria conta com a

cooperação de conselhos de áreas afins conforme cada nível de formação. Assim, os designers de interiores filiados em cooperação ao CREA (de nível superior - tecnológico) e ao CRT (de nível técnico) estão sob a égide destas instituições, que podem autuar e impor penalidades. Porém, há ainda um grande esforço da ABD para solucionar questões legais e inserir os bacharéis no seio de um conselho profissional.

Destarte, acredita-se que a criação de uma autarquia autônoma capaz de registrar e disciplinar os profissionais da área contribuirá para a formação de um *ethos* profissional forte, favorecendo uma unidade de comportamento e consequente valorização da categoria. Nota-se que a formação de novos conselhos no país implica em uma série de atitudes políticas e investimento de recursos. Apesar disso, estima-se que no futuro a classe possa contar com o respaldo de um conselho próprio.

No que tange à legislação vigente, observou-se que a Lei Federal 13.369/2016 que regulamenta a profissão no Brasil e define suas atribuições, não contempla o Design de Interiores de forma satisfatória. A sanção da lei foi um passo importante para evidenciar o reconhecimento jurídico da classe no país. Porém, a expectativa era muito maior no que concerne às delimitações de atuação conforme os níveis de formação educacional (técnico e superior), sendo preciso superar entraves legais e, até mesmo, discordâncias entre aos profissionais da área quanto ao seu devido espaço no setor. Vale dizer que a falta de conhecimento da sociedade em relação à profissão, seu alcance e possibilidades também são fatores limitantes para o engrandecimento e melhor remuneração na área. Os dados coletados na pesquisa mostraram que 70% dos profissionais entrevistados informaram-se sobre esta lei em algum momento da sua carreira, mas a maioria conhece o seu conteúdo de maneira bastante superficial. Ao questionar os profissionais sobre a valorização no mercado de trabalho de BH e RMBH, 60% revelou que não considera a profissão bem valorizada e/ou remunerada na região, havendo divergências de posicionamento quanto à relevância da RT.

No que diz respeito à reserva técnica, não foi possível chegar a um denominador comum. Mas acredita-se que sua prática deveria ser reavaliada quanto aos benefícios e prejuízos incutidos no mercado. Vale dizer que, inicialmente, as entrevistas seriam realizadas com profissionais, fornecedores e clientes. Porém, durante o processo de coleta de dados, redirecionou-se a aplicação do roteiro referente aos clientes. A pesquisadora entendeu que devido ao conteúdo das respostas

coletadas no grupo dos profissionais, a aplicação do roteiro formulado para os clientes poderia causar algum tipo de constrangimento ou conflito entre as partes no que tange à RT. Como a técnica bola de neve seleciona voluntários via indicação, os clientes seriam indicados pelos designers de interiores participantes. Assim, eliminou-se o roteiro proposto para os clientes e apenas profissionais e fornecedores foram entrevistados. Em seguida, formulou-se um novo documento com questões específicas para a ABD dentro do mesmo contexto de estudo, haja vista que também seria significativo preencher algumas lacunas existentes sobre esta entidade. Consequentemente, ainda se faz necessário ouvir a opinião deste público tão importante: os clientes. Acredita-se que estudos subsequentes poderão fornecer informações mais detalhadas sobre tal questão.

A partir dos resultados apresentados, pôde-se observar que 100% dos entrevistados recebem ou pagam a RT (em percentuais que variam em média de 3% a 10%). Entretanto, alguns são a favor, outros contra tal sistema. Nem todos os profissionais e fornecedores se sentem confortáveis ao receber ou pagar, respectivamente, tal percentual. Da mesma forma, nem todos os clientes são informados claramente sobre esse tipo de honorário durante a contratação de serviços no ramo em questão. E, mesmo quando o cliente é comunicado sobre a RT, torna-se difícil precisar se o produto foi indicado pelo profissional por sua qualidade dentro de uma prática coerente, ou porque está recebendo uma remuneração indireta do fornecedor. Supõe-se, também, que por mais que a maior parte dos fornecedores/lojistas entrevistados tenha revelado que tais gratificações não interferem nos preços praticados no mercado, existe um ônus subtendido para o cliente, pois as empresas precisam prever uma margem de custos para o pretense pagamento de comissões. Ademais, apesar da ABD se posicionar favorável ao repasse das remunerações indiretas (desde que o cliente seja informado), destaca-se que o recebimento do benefício demanda maior cautela quanto às implicações da Lei 8.078/1990 que dispõe sobre o CDC. A relação com os fornecedores merece atenção e deve ser transparente para que os clientes não sejam surpreendidos ou se sintam lesados pelo pagamento de valores paralelos não informados anteriormente, tais como gratificações e prêmios referentes às compras realizadas.

Todavia, a questão da RT permanece como geradora de conflitos e discussões. Entre o grupo entrevistado, observa-se que alguns representantes da classe defendem as comissões como um valor necessário e complementar ao projeto, sendo justo cobrar um percentual pelo

acompanhamento dado ao cliente. Alegam que é uma prática benéfica aos diversos agentes sociais envolvidos na prestação de serviços no setor. O profissional torna-se um articulador, aproximando os interesses de clientes, fornecedores e lojistas, devendo por isso ser remunerado. Em contrapartida, outros designers de interiores, alegam que a RT não deveria existir (apesar de receberem as bonificações esporadicamente e sem pretensões). No que concerne a opinião dos fornecedores, nota-se que a parceria com os profissionais da área da construção (aqui estende-se também o campo aos arquitetos e engenheiros) é de grande valia no faturamento das empresas, apesar do pagamento de comissões causar constrangimentos em certas ocasiões e nem todos os entrevistados mostrarem-se satisfeitos com tal sistema de remuneração. Os fornecedores e lojistas não falam abertamente com os clientes sobre comissões, deixando o assunto a cargo dos profissionais. Mas, conforme verificado, nem todos os designers de interiores que participaram deste estudo informam ao cliente de forma explícita sobre o recebimento de RT durante a contratação dos serviços.

Logo, é notório que há uma grande dificuldade de entendimento e esclarecimento acerca do assunto por parte dos próprios profissionais, além dos fornecedores, lojistas e clientes. Por ser um tema polêmico de raízes profundas, muitos dos *stakeholders* no setor preferem não se posicionar. Assim, o dilema persiste: **a reserva técnica seria um plano secundário para melhorar a remuneração dos designers de interiores ou um fator prejudicial ao crescimento da categoria?** Conclui-se que face às diversas barreiras que precisam ser vencidas sobre essa questão, é imprescindível desmistificar a RT, pois para se compreender melhor, é necessário discutir de forma transparente o real propósito das remunerações indiretas. Portanto, estima-se que o assunto precisa ser melhor estudado em outras frentes de pesquisa, principalmente quanto à opinião dos clientes.

Ainda, segundo os dados coletados, detectou-se que é preciso ampliar o pensamento da projeção de ambientes rumo à sustentabilidade. Nem todos os fornecedores e lojistas entrevistados possuem políticas internas voltadas para a preservação ambiental. E, apesar de 100% dos profissionais terem informado que procuram reduzir custos e reaproveitar itens existentes sempre que possível, o desenvolvimento sustentável é um tema pouco debatido no setor. A aplicação de políticas ecológicas na prática profissional de designers de interiores, fornecedores e lojistas da região estudada ainda é um processo tímido e não tratado com a devida relevância. Um dos grandes

problemas da atualidade é a despreocupação da sociedade em geral (e aí incluem-se também os clientes contratantes de serviços de design) quanto aos impactos gerados na natureza, seja por pequenas, médias ou extensas ações humanas. Nesse sentido, Victor Papanek (1995) enfatiza que é necessário ter a sabedoria para prever as consequências ambientais, ecológicas, econômicas e políticas provocadas pelas ações dos designers. Conforme o autor, é vital que todos – profissionais e utilizadores de serviços – reconheçam seus deveres, responsabilidades sociais e morais. Sem demora, e mais do que nunca, a resposta do design deve ser positiva e unificadora representando uma ponte entre as necessidades humanas, a cultura e a natureza. Pereira (2020) reitera que o desenvolvimento de projetos deve ser sustentado a longo prazo pela utilização de materiais biodegradáveis, duráveis, renováveis, reciclados e recicláveis. É preciso expandir o pensamento para o conceito de fechamento de ciclo, com menos toxidade, menos impacto, menos desperdício e menos resíduos.

Contudo, a prática profissional dentro do campo do design de interiores envolve princípios, conhecimentos, métodos e ferramentas. O desenvolvimento de projetos no setor é um processo complexo que requer cuidado e contínua reflexão. O profissional, muitas vezes, gerencia diversas tarefas como: a estruturação do seu negócio, o planejamento financeiro, o marketing, o relacionamento com o cliente, a composição de orçamentos, a elaboração de contratos, a criação e o acompanhamento de projetos, além da parceria com especialistas perante os limites legais da profissão. Cabe destacar que a emissão de contrato é uma peça fundamental para registrar as regras estabelecidas na prestação do serviço. O documento também determina a responsabilidade técnica decorrente do exercício profissional. Independentemente se o designer de interiores está ou não vinculado à um Conselho Profissional, ele responde legalmente por eventuais atos ilícitos ou irregularidades contratuais.

Nesse ínterim, pode-se observar que 80% dos profissionais protocolam a prestação de serviços via contrato. Mas apenas 50% informam ao cliente no documento que recebem o percentual da reserva técnica, sendo esta informação, muitas vezes, não repassada com clareza. Apesar de não haver unanimidade na formalização de contrato, todos os profissionais revelaram esclarecer as dúvidas dos clientes quanto à prazos, etapas e procedimentos que serão realizados. Positivamente, 100% dos designers utilizam o *briefing* como ferramenta de registro no desenvolvimento dos projetos.

Além disso, 60% dos profissionais possuem algum conhecimento sobre a Lei 8.078/1990 que corresponde ao código de defesa do consumidor. Nenhum desses participantes disse ter sido acionado na justiça por algum cliente. Porém, 80% dos profissionais mencionaram já ter interrompido algum projeto sem finalizá-lo.

No âmbito dos fornecedores e lojistas selecionados (dentro dos setores de móveis/marcenaria, cortinas/papel de parede e revestimentos/construção), mais da metade dos entrevistados informou desconhecer totalmente o conteúdo da lei que trata do CDC. No entanto, todos se posicionaram a favor dos clientes, inclusive disponibilizando reparos no caso de insatisfações. Nenhum desses participantes registrou ter sofrido qualquer tipo de ação na justiça.

Curiosamente, a maioria dos fornecedores/lojistas disse não estar satisfeita com a qualidade dos projetos que recebe para realizar os orçamentos, pois alegam que sempre faltam muitas especificações e detalhes. Já em relação ao acompanhamento dos profissionais, informaram que nem todos permanecem presentes durante o processo de venda ou execução dos serviços. Destaca-se que apesar disso, em qualquer etapa, o designer de interiores não deve perder de vista seu aprimoramento técnico e sua responsabilidade ética, haja vista que a imagem de toda a classe se faz pelo somatório da reputação de cada integrante.

Diante do exposto, Nora Geoffroy (2020), professora do curso de Composição de Interior da UFRJ e atual presidente do conselho acadêmico da ABD, alerta que para o real fortalecimento da categoria, é preciso desapegar-se, acima de tudo, de valores assumidos como bons, mas que, subjetivamente, não contribuem para o bem coletivo do Design de Interiores no país. Para isso, é preciso coragem. E, mais do que coragem, é necessário vencer egos, alcançar maturidade e reconhecer limites. Allison Carll White, PhD e professora adjunta da *School of Interiors*, na Universidade do Kentucky, complementa dizendo que: “agora é a hora de abraçar o nosso próprio futuro, definindo o que fazemos e abordando nossa obrigação ética para com a sociedade” (WHITE, 2009, p. xvii, tradução nossa). Por fim, almejando despertar uma reflexão mais profunda e estimular outros debates sobre o assunto, faço minhas as palavras de Geoffroy (2020, p.12): “Sejamos éticos, antes de sermos designers!”

9 CONCLUSÃO

Ao exercer a profissão de Designer de Interiores, juro desenvolver e valorizar a atividade com competência, profissionalismo, consciência moral e postura ética. Prometo agir de forma honesta, aberta e transparente, considerando cuidadosamente os interesses dos usuários, clientes e colegas de atuação. Comprometo-me ainda a promover a melhoria da qualidade de vida, atendendo às necessidades do ser humano com respeito ao meio ambiente. Contudo, atuarei em benefício da sociedade com criatividade e responsabilidade na prática profissional.

O pronunciamiento solene de um juramento de formatura é uma promessa pública de que o aluno honrará o seu diploma, consagrando o ofício escolhido com ética, dignidade e respeito. É um compromisso consciente quanto às responsabilidades legais no exercício da atividade, em observação ao código de ética estabelecido pela entidade competente a cada profissão.

Com efeito, a ética profissional, enquanto conjunto de valores e princípios morais, faz-se primordial em qualquer segmento econômico. Destaca-se que o Design de Interiores é uma atividade em construção e amadurecimento no Brasil. Todavia, independentemente do setor de atuação (seja residencial, comercial, industrial ou corporativo), demanda-se uma ponderação quanto aos procedimentos aplicados no mercado de trabalho por seus representantes.

Por esse motivo, o grande propósito desta pesquisa foi propor uma investigação a respeito da ética profissional no âmbito do Design de Interiores dentro do recorte amostral proposto que compreende o contexto da cidade de Belo Horizonte e região metropolitana. Evidenciou-se, particularmente, a sustentabilidade ambiental aplicada aos projetos e a conduta profissional estabelecida no relacionamento com fornecedores e clientes. Não obstante, acredita-se que as informações aqui obtidas, serão capazes de possibilitar uma reflexão crítica acerca da atuação dos designers de interiores não só no cenário explorado como também em outros territórios do Brasil. Ademais, espera-se que a temática analisada inspire novas abordagens acadêmicas que suportem a formação de estudantes e a atuação de profissionais no campo do Design de Interiores.

9.1 Atendimento aos objetivos

Esta dissertação chega ao fim ao responder seus objetivos estruturantes, bem como ao ratificar a importância de se incorporar a ética na vivência diária, principalmente no que tange ao exercício da atividade de design de interiores. Ressalta-se que o cumprimento dos objetivos (geral e específicos) está diretamente associado à realização da pesquisa como um todo, envolvendo a fundamentação bibliográfica e as análises do estudo de caso realizado através dos roteiros de entrevistas.

As informações levantadas durante a primeira fase do trabalho, correspondem à captação de referencial teórico. Os dados encontrados por meio da consulta bibliográfica permitiram à pesquisadora elaborar melhor o panorama estrutural da pesquisa. A princípio, partiu-se do pressuposto filosófico que abrange a ética e a moral, estendendo-se ao conceito de ética profissional e seus códigos normativos. Em vista disso, pretendeu-se dar continuidade ao contexto estabelecendo uma inter-relação da ética com o design. Observa-se, entretanto, que as publicações teóricas interligando ética e design ainda são bastante insipientes, principalmente no âmbito do design de interiores. Em seguida, estruturou-se um capítulo especial abordando a trajetória histórica e a atuação profissional do design de interiores na contemporaneidade. Para maior compreensão das bases normativas, realizou-se uma pesquisa documental visando coletar alguns códigos de ética profissionais relativos a tal atividade. Nota-se que entre todo o material encontrado acerca da temática no mundo, optou-se por explorar com maior ênfase o código de ética da ABD, que é a associação que representa a categoria no Brasil. Consequentemente, tornou-se imprescindível analisar a normativa da IFI, pois esta serviu de base para a formulação do documento da ABD. Vale dizer que a IFI é a entidade com maior visibilidade internacional no setor de arquitetura e design de interiores. Nesse terreno, procurou-se investigar também duas leis brasileiras que estão ligadas à atuação dos designers de interiores no país. A primeira trata do código de defesa do consumidor e a segunda corresponde ao reconhecimento legal da profissão. Num segundo momento, já posse de todo o conteúdo teórico, iniciou-se a investigação do estudo de caso proposto. Para conectar teoria e prática no que diz respeito à questão ética, deu-se início à coleta de dados por meio das entrevistas realizadas com profissionais atuantes, fornecedores/lojistas e com a ABD.

Logo, ao analisar a revisão da literatura juntamente com as práticas profissionais investigadas no mercado de trabalho belorizontino e sua região metropolitana, a pesquisadora foi capaz de concluir que é necessário que os designers de interiores voltem sua atenção com um olhar mais apurado acerca do código de ética sugerido pela ABD no país, assim como dos trechos da legislação brasileira que interferem pontualmente nas práticas de trabalho. Apesar da profissão ter sido regulamentada há pouco tempo e ainda não dispor de um Conselho Profissional próprio para fiscalizar a atividade, parte-se do pressuposto de que cabe a cada profissional informar-se sobre os aspectos éticos e legais para exercerem com integridade o ofício em questão.

Além disso, é preciso abordar uma esfera importante no processo de consolidação e profissionalização do Design de Interiores no Brasil: o reconhecimento social para conseqüente melhoria da remuneração. A falta de uma nomenclatura unificada causa certa confusão no entendimento da profissão, tanto por parte da sociedade como um todo, quanto dos próprios profissionais do setor. Isto aponta uma fragilidade a ser vencida, porém não a única. O tema da reserva técnica carece ser melhor estudado, principalmente sob o ponto de vista jurídico, pois ainda não é possível delimitar se é um ponto fraco ou a favor dos profissionais no setor. As opiniões divergem quanto à sua relevância, demonstrando que é preciso aprofundar as discussões sobre o assunto. Todavia, é seguro afirmar que o recebimento da RT, enquanto prática vigente no mercado, deve ser evidenciado com maior transparência pelos profissionais e seus fornecedores junto ao cliente, para que nenhum dos *stakeholders* envolvidos no processo de projeção de ambientes seja prejudicado, se sinta constrangido ou enganado. Cada designer deve questionar-se quanto à pertinência de suas escolhas projetuais, pois estas incidem diretamente no pagamento de comissões e nos fatores sustentáveis de consumo e produção de materiais. A preocupação com a questão ambiental no planeta torna-se progressivamente mais evidente no cotidiano humano, exigindo maior amadurecimento nas especificações dos profissionais, nas políticas empresariais do setor e na conscientização dos clientes contratantes de serviços.

Contudo, a classe enfrenta inúmeros desafios para se inserir no mercado com o devido valor e reconhecimento junto a outros profissionais, frente a opinião pública e na arena legal. É preciso, sobretudo, lutar pela criação de um conselho autônomo em vista de proporcionar maior respaldo à atividade, garantindo a proteção contra designers de interiores que exercem o ofício sem o devido

critério e comprometimento. Para tal, a categoria necessita de maior união e coesão interna. Por fim, entende-se que o efetivo reconhecimento, a valorização e a melhoria na remuneração dos designers de interiores no Brasil se dará por meio da reflexão, do diálogo e da solução gradativa dos dilemas éticos evidenciados nesta pesquisa.

9.2 Comentários finais e limitações da pesquisa

É importante frisar que algumas limitações foram impostas pela epidemia do coronavírus durante a realização do estudo. Uma delas foi a reconstrução do referencial teórico. A consulta presencial de livros pertencentes às bibliotecas da Escola de Design da UEMG e da Escola de Arquitetura da UFMG teve de ser interrompida. Algumas obras puderam ser analisadas em formato digital. Porém, a pesquisadora não pode aguardar a reabertura das instituições para que fosse possível dar continuidade à coleta do material indisponível na *internet*. Em virtude das lacunas não preenchidas no texto, determinados autores foram descartados e o conteúdo reorganizado. Desta forma, explorou-se ao máximo os artigos contidos em periódicos *online*, juntamente com livros da própria pesquisadora e seu orientador.

Ademais, o formato das entrevistas precisou ser revisto. Para garantir maior segurança e evitar qualquer tipo de contágio, todos os participantes foram contactados e entrevistados virtualmente. Nota-se, no entanto, que 02 “sementes” que haviam sido previamente selecionadas precisaram ser substituídas, pois informaram estar indispostas e com sintomas de contaminação pelo COVID-19 na data agendada, inviabilizando a realização dessas entrevistas ainda que no ambiente *online*.

Finalmente, apesar das adversidades geradas pela pandemia, todo o procedimento reflexivo e sistemático efetivado na pesquisa teve por objetivo encontrar respostas significativas para as indagações levantadas. Almeja-se, contudo, que os resultados apresentados contribuam de maneira efetiva e continuada no fortalecimento do design de interiores com respeito à ética na prática profissional.

REFERÊNCIAS

- ABBOTT, Andrew. Professional Ethics. **American Journal of Sociology**, Chicago, v.88, n.5, p.855-885, mar. 1983.
- ANDRADE, Inacilma Rita Silva. **Ética geral e profissional**. Salvador: UFBA, Faculdade de Ciências Contábeis, Superintendência de Educação a Distância, 2017.
- ARANTES, Elaine. **Ética e cidadania**. Curitiba: Instituto Federal do Paraná, 2013.
- ASSIS, Marluce Maria Araújo; JORGE, Maria Salete Bessa. Cap. 7. Pag. 139-159. Métodos de análise em pesquisa qualitativa. *In*: SANTANA, Judith Sena da Silva; NASCIMENTO, Maria Angela Alves do (orgs.). **Pesquisa: métodos e técnicas de conhecimento da realidade social**. Feira de Santana: UEFS Editora, 2010.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DESIGNERS DE INTERIORES (ABD). **Código de ética**. [2020]. Disponível em: <http://abd.org.br/codigo-de-etica>. Acesso em: 21 out. 2020.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DESIGNERS DE INTERIORES (ABD). **CBO 2629 – designer de interiores (nível superior)**. [2021a]. Disponível em: <https://abd.org.br/cbo-2629-designer-de-interiores-nivel-superior>. Acesso em: 23 abr. 2021.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DESIGNERS DE INTERIORES (ABD). **Dúvidas sobre o código de ética**. [2021b]. Disponível em: <https://abd.org.br/duvidas-sobre-o-codigo-de-etica>. Acesso em: 23 abr. 2021.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DESIGNERS DE INTERIORES (ABD). **Salário 2021 e Mercado de Trabalho em Design de Interiores**. [2021c]. Disponível em: <https://abd.org.br/2021>. Acesso em: 25 abr. 2021.
- BAHIA, Isabella Pontello. **O valor do design de ambientes**: considerações acerca do processo de construção de valor em design de ambientes. 2017. 160f. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola de Design, Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.
- BARBOSA; Paula Glória. **Crítica ao ensino da prática projetual em design de interiores**. 2020. 327f. Tese (Doutorado em Design) – Escola de Design, Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020.
- BARBOSA; Paula Glória; REZENDE, Edson José Carpintero. O que é Design de Interiores? **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v.28, n.1, p.53-64, 2020.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. São Paulo: Zahar, 2008.

BEZERRA, Charles. **A máquina na inovação: mentes e organizações na luta por diferenciação**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BEZERRA, Alexia Santos; BAPTISTA, Rafaela Ferreira; DESTRO, Carla Roberta Ferreira. Aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor no Comércio Eletrônico. **Revista Âmbito Jurídico**, São Paulo, n. 200, ano XXIII, set. 2020. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-do-consumidor/aplicabilidade-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-no-comercio-eletronico/>. Acesso em: 22 maio 2021.

BOFF, Leonardo. **Ética e moral: a busca dos fundamentos**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

BONILLA, Alcira Beatriz. Ética: questões e problemas contemporâneos. **Dissertatio**, Pelotas, v.27-28, p.11-32, 2008.

BONOCIELLI-JUNIOR, Sergio Gilberto; LOPES, Paulo da Costa; WESTPHAL, Fernando Kaname. Ética empresarial e jogos de empresa: desenvolvimento de dilemas éticos e aplicação em simulador empresarial. **Revista Economia & Gestão**, Belo Horizonte, v.14, n.34, p.58-85, jan./mar. 2014.

BORGES, Adélia. Gosto se discute e muito. *In*: BORGES, Adélia. **Designer não é personal trainer: e outros escritos**. 2. ed. São Paulo: Edições Rosari, 2003. p. 33-35.

BRAGA, Marcos. **ABDI e APDINS - RJ** [livro eletrônico]. 2. ed. São Paulo: Blucher, 2016.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [1988]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 18 jan. 2021.

BRASIL. **Lei no 8.078/1990, de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [1990]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 16 maio 2021.

BRASIL. **Lei no 13.369/2016, de 12 de dezembro de 2016**. Dispõe sobre a garantia do exercício da profissão de designer de interiores e ambientes e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/113369.htm. Acesso em: 09 ago. 2021.

BRASIL. Presidência da República. **Legislação: conheça o material legislativo produzido no Brasil**. Brasília, DF: Presidência da República, [2018]. Disponível em: <https://www.gov.br/planalto/pt-br/conheca-a-presidencia/acervo/legislacao>. Acesso em: 16 maio 2021.

BRASIL. Ministério da Educação. **Plataforma e-MEC**. Brasília, DF: Ministério da Educação (MEC). [2021a]. Disponível em: <https://www.emec.mec.gov.br>. Acesso em: 09 ago. 2021.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Classificação Brasileira De Ocupações - CBO**. Brasília, DF: Ministério do Trabalho e Emprego (MTE). [2021b]. Disponível em: <http://www.mteco.gov.br>. Acesso em: 18 ago. 2021.

BROCCO, Pedro Dalla Bernardina. Alguns comentários sobre a ética de Aristóteles. **Revista de Filosofia AUFKLÄRUNG**, João Pessoa, v.4, n.1, p.103-12, jan./abr. 2017.

BRUNETTI, Márcia Elizabeth. **Uma ferramenta educacional para o ensino do design sustentável**: um experimento no curso de Desenho Industrial da PUC-PR. 2005. 272f. Tese (Doutorado em Engenharia Ambiental) – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, 2005.

CAMPOS, Michelle; GREIK, Michl; VALE, Tacyanne do. História da ética. **Cientefico Ano II**, Salvador, ago./dez. 2002.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do Design**. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2008.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naif, 2012.

CARMINATI, Silvana. Sobre a ABD: palavra da presidente. **Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD)**. Disponível em: <https://abd.org.br/sobre-a-abd>. Acesso em: 25 ago. 2021.

CAUX ROUND TABLE FOR MORAL CAPITALISM (CAUX). **Principles for responsible business**. Disponível em <http://www.cauxroundtable.org>. Acesso em: 21 out. 2020.

CELASCHI, Flaviano; MORAES, Dijon de. Futuro, bem-estar, interdependência: palavras-chave para o design contemporâneo. *In*: **Cadernos de Estudos Avançados em Design: design e humanismo**. Coleção de Estudos Avançados em Design. Barbacena: EdUEMG, 2013, p. 35-60.

CHAUÍ, Marilena. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2000.

COHEN, William A. **Peter Drucker: melhores práticas**. São Paulo: Autêntica Business, 2017.

CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO BRASIL (CAU/BR). **Código de Ética e Disciplina para Arquitetos e Urbanistas**. Disponível em: https://www.caubr.gov.br/wp-content/uploads/2015/08/Etica_CAUBR_06_2015_WEB.pdf. Acesso em: 15 dez. 2019.

CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO BRASIL (CAU/BR). **O que é “Reserva Técnica”**. Disponível em: http://www.caubr.gov.br/arquitetospelaetica/?page_id=9. Acesso em: 05 out. 2020.

CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO BRASIL (CAU/BR). **Arquitetos pela ética: código de ética e disciplina do CAU/BR**. Disponível em: https://www.caubr.gov.br/arquitetospelaetica/?page_id=16. Primeiro acesso em: 15 dez. 2019. Último acesso em: 27 ago. 2021.

CORTINA, Adela. El sentido de las profesiones. *In*: CORTINA, Adela; CONILL, Jesús (coords.) **10 palabras clave en ética de las profesiones**. Navarra: Editorial Verbo Divino, 2000, p.13-28.

CORTINA, Adela. **Cuadernos de la cátedra de ética**. León: Universidad Iberoamericana León, 2009. v.1. 68p.

CORTINA, Adela; MARTÍNEZ, Emilio. **Ética**. Madrid: Ediciones Akal, 2001.

CRUZ, Valéria Álvares; GUERRA-FILHO, Willis Santiago. Ética, direito e ciência no paradigma da complexidade. **EccoS Rev. Cient.**, São Paulo, v.2, n.1, p. 73-86, 2000.

D'ANJOU, Philippe. Beyond duty and virtue in design ethics. **Design Issues**, Cambridge - Massachusetts Institute of Technology (MIT), v. 26, n. 1, 2010.

DIAS, Elisângela. Dicionário financeiro. **O que é ética profissional?** Disponível em: <https://www.dicionariofinanceiro.com/etica-profissional/>. Acesso em: 20 abr. 2019.

DICIONÁRIO *ONLINE* DE PORTUGUÊS (DICIO). Disponível em: <https://www.dicio.com.br/>. Acesso em: 16 maio 2021.

DUARTE, Rosália. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar**, Curitiba: Editora UFPR, n.24, p. 213-225, 2004.

ENGLER, Maicon Reus. Sobre virtudes e vícios. **Kriterion**, Belo Horizonte, v.55, n.130, dez. 2014.

FIGUEIREDO, Antônio Macena. Ética: origens e distinção da moral. **Saúde, Ética & Justiça**, São Paulo, v.13, n.1, p.1-9, 2008.

FINKLER, Mirelle *et al.* Formação profissional ética: um compromisso a partir das diretrizes curriculares? **Trabalho, Educação e Saúde**, Rio de Janeiro, v.8, n.3, p.449-462, nov. 2010/fev. 2011.

FRIEDMAN, Ken. Models of design: envisioning a future design education. **Visible Language**, Cincinnati, v. 46, n.1-2, p.132-153, 2012.

FRIEDRICHS, Henrique. **Design e ética**: sobre a proposição de um dispositivo pluriético. 2018. 148f. Dissertação (Mestrado em Design) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), Porto Alegre, 2018.

GEOFFROY, Nora. Interiores: uma trajetória. Pag. 195-203. *In*: CAVALCANTI, Ana; MALTA, Marize; PEREIRA, Sonia Gomes (org.). **Histórias da Escola de Belas Artes**: revisão crítica de sua trajetória. Rio de Janeiro: EBA/UFRJ, 2016.

GEOFFROY, Nora. Por dentro da academia: a ética antes do design. **Revista DINTBR / Design de Interiores Brasil**. Araçoiaba da Serra/SP, ano I, n. 3, p.8-12, 2020.

GIBBS, Jenny. **Design de interiores: guia útil para estudantes e profissionais**. Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

GLOCK, Rosana Soibelman; GOLDIM, José Roberto. **Ética profissional é compromisso social**. Porto Alegre, n.XLI, v.335, p.1-3, 2003. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/bioetica/eticprof.htm>. Acesso em 25 out. 2020.

GOMES, Romeu *et al.* Cap. 6. Pag. 185-221. Organização, processamento, análise e interpretação de dados: o desafio da triangulação. *In*: MINAYO, Maria Cecília de Souza; ASSIS, Simone Gonçalves de; SOUZA, Edinilza Ramos de (org.). **Avaliação por triangulação de métodos: abordagem de programas sociais**. 3. ed. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2010.

GONTIJO, Eduardo Dias. Os termos 'ética' e 'moral'. **Mental**, Barbacena, v.4, n.7, p.127-135, nov. 2006.

GUERIN, Denise; MARTIN, Caren. **The Interior Design profession's body of knowledge and its relationship to health, safety, and welfare**. College of Design, University of Minnesota, 2010.

HESKETT, John. **Design**. São Paulo: Ática, 2008.

HOBUSS, João. Sobre ética e virtudes. *In*: HOBUSS, João (org.). **Ética das virtudes**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2011. p.7-16.

HUIDOBRO, María Gabriela. **Manual de ética para el diseño**. Viña del Mar: DuocUC, Vicerrectoría Académica, Dirección de Formación General, Programa de formación general, 2005.

INTERNATIONAL FEDERATION OF INTERIOR ARCHITECTS/DESIGNERS (IFI). **About IFI**. [2021a]. Disponível em: <https://ifiworld.org/about/>. Acesso em: 24 ago. 2021.

INTERNATIONAL FEDERATION OF INTERIOR ARCHITECTS/DESIGNERS (IFI). **IFI Interiors Declaration (IDA)**. [2021b]. Disponível em: <https://ifiworld.org/programs-events/interiors-declaration-adoptions/>. Acesso em: 26 ago. 2021.

JOBIM, Alini. Organização da classe profissional: caminho para o aperfeiçoamento do exercício e consolidação da profissão de designer de interiores no Brasil. **Revista Intramuros**. São Paulo, ano 2, n.2, fev. 2019.

JOBIM, Alini. ABD e CREA: novos tempos para o de design de interiores. **Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD)**. Disponível em: <https://abd.org.br/abd-e-crea--novos-tempos-para-o-de-design-de-interiores>. Acesso em: 20 ago. 2021.

JOHANN, Jorge Renato. **Educação e ética: em busca de uma aproximação**. Porto Alegre: Edipucrs, 2009.

LAZZARINI, Álvaro. Ética e sigilo profissionais. **O Alferes**, Belo Horizonte, v.14, n.48, p.23-40, jan./mar. 1998.

LIMA, Danielle Quintas de. As perspectivas do comércio eletrônico no projeto de lei do senado federal – PLS nº 281/2012 que altera o código de defesa do consumidor (lei nº 8.078/1990). **Revista Eletrônica do Curso de Direito PUC Minas**. Serro, n.12, p.49-57, ago/dez. 2015.

LUCATO, Maria Carolina; FRANÇA, Beatriz Helena Sottile. Cap. 13. Pag. 127-139. Código de ética odontológica – resolução CFO 42/2003 de 20 de maio de 2003. *In*: RAMOS, Dalton Luiz de Paula (ed.); CRIVELLO JÚNIOR, Oswaldo (coord.). **Fundamentos de odontologia: bioética & ética profissional**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2007.

MALAGUTI, Cynthia. Design e valores materializados – cultura, ética e sustentabilidade. *In*: **Cadernos de Estudos Avançados em Design: sustentabilidade I**. Coleção do Centro de Estudos, Teoria, Cultura e Pesquisa em Design. Barbacena: EdUEMG, 2009, p.27-38.

MANZINI, Ezio; MERONI, Anna. Design em transformação. *In*: KRUCKEN, Lia. **Design e território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Nobel, p.13-16, 2009.

MATARRESE, Marina Laura; ESQUIVEL, Luz del Carmen Vilchis. Espacios de la ética y la identidad en el quehacer del diseño. **Cuaderno 120 – Centro de Estudios en Diseño y Comunicación**, Buenos Aires, ano 24, n.120, p. 11-20, mai/jul. 2020.

MATHEUS, Carlos Eduardo Meirelles. Cap. 2. Pag. 13-22. Ética na pesquisa. *In*: PERDIGÃO, Dulce Mantella; HERLINGER, Maximiliano; WHITE, Oriana Monarca (orgs.). **Teoria e prática da pesquisa aplicada**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

MATOS, Francisco Gomes de. **Ética na gestão empresarial: da conscientização à ação**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

MIRANDA, Martha Gutiérrez. Valores y responsabilidades del Diseño en la era de lo “hiper”. **Cuaderno 120 – Centro de Estudios en Diseño y Comunicación**, Buenos Aires, ano 24, n.120, p. 187-200, mai/jul. 2020.

MITCHAM, Carl. Ethics into Design. *In*: BUCHANAN, Richard; MARGOLIN, Victor. **Discovering Design: explorations in design studies**. Chicago: The University of Chicago Press, p. 173-189, 1995.

MORAES, Dijon de. O papel atual do design. *In*: KRUCKEN, Lia. **Design e território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Nobel, p.9-11, 2009.

MORAES, Dijon de; FIGUEIREDO, Clarisse. Ética e estética na produção industrial: caminhos possíveis para o design no novo século. *In*: **Cadernos de Estudos Avançados em Design: sustentabilidade I**. Coleção do Centro de Estudos, Teoria, Cultura e Pesquisa em Design. Barbacena: EdUEMG, 2009, p. 39-58.

MOREIRA, Samantha Cidaley de Oliveira. **Formação, atuação e identidade profissional no campo do Design de Ambientes**. 2020. 338f. Tese (Doutorado em Design) – Escola de Design, Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020.

MOVIMENTO DAS DONAS DE CASA E CONSUMIDORES DE MINAS GERAIS (MDC/MG). **Guia prático:** código de defesa do consumidor - lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990. Belo Horizonte: Movimento das donas de casa e consumidores de Minas Gerais, 2002.

NALINI, José Renato. **Ética geral e profissional.** 5.ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006.

NEME, Carmen Maria Bueno; SANTOS, Marisa Aparecida Pereira. **Ética conceitos e fundamentos.** Acervo digital da UNESP. Publicado em 13 jun. 2014. Disponível em: https://acervodigital.unesp.br/bitstream/unesp/155316/1/unesp-nead_reei1_ee_d05_texto1.pdf. Acesso em 22 jul. 2020.

NIEMEYER, Lucy. **Design no Brasil:** origens e instalação. Rio de Janeiro: 2AB, 1998.

NIEMEYER, Lucy. Design e humanismo: por um novo modelo. *In:* **Cadernos de Estudos Avançados em Design:** humanismo. Coleção do Centro de Estudos, Teoria, Cultura e Pesquisa em Design. Barbacena: EdUEMG, 2013, p. 71-78.

NODARI, Paulo Cesar. A ética aristotélica. **Síntese Nova Fase**, Belo Horizonte, v.24, n.78, p.383-410, 1997.

NOLA, Luiz Henrique de Sena; CORRÊA, Maira Pires. Cap.IX. Pag.127-136. Atuação do designer de ambientes. *In:* REZENDE, Edson José Carpintero (org). **Design de ambientes em pauta.** Curitiba: Editora CRV, 2020.

NUNES, Valdirene Aparecida Vieira *et al.* Diversidade e correlação temática e metodológica na construção do conhecimento científico em design. **Projética**, Londrina, v.5, n.2, p.47-68, 2014.

OLIVEIRA, Ana Célia Carneiro; MINCHILO, Paula Márcia Alves Quinaud. Cap.I. Pag.16-29. Aspectos conceituais do design de ambientes. *In:* REZENDE, Edson José Carpintero (org). **Design de ambientes em pauta.** Curitiba: Editora CRV, 2020.

OLIVEIRA, Fabiana Luci de. **Justiça, profissionalismo e política:** o STF e o controle da constitucionalidade das leis no Brasil. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2011.

OLIVEIRA, Nelson; GUEDES, Aline. Como o brasileiro vê o cumprimento das leis. **Senado notícias**, Especial Cidadania. Brasília, n.659, 27 nov. 2018. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/especiais/especial-cidadania/como-o-brasileiro-ve-o-cumprimento-das-leis>. Acesso em: 16 maio 2021.

OLÍVIO, Dennis Henrique Vicário *et al.* A ética do consumo. **Scientia FAER**, Olímpia-SP, v. 2, ano 2, p. 16-27, 2010.

ONO, Maristela Misuko. Design, Cultura e Identidade, no contexto da globalização. **Revista Design em Foco**, Salvador, v. 1, n.1, p. 53-66, 2004.

ORGANIZAÇÕES DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **The Ten Principles of the UN Global Compact**. Disponível em: <http://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>. Acesso em: 21 out. 2020.

PACÍFICO, Lúcia. A história do consumidor no Brasil: antes e depois do código. *In: Guia prático: código de defesa do consumidor - lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990*. Belo Horizonte: Movimento das donas de casa e consumidores de Minas Gerais, 2002.

PAPANÉK, Victor. **Arquitetura e Design: ecologia e ética**. Lisboa: Edições 70, 1995.

PAPANÉK, Victor. **Design for the real world: human ecology and social change**. New York: Panteon Book, 1971.

PASCHOARELLI, Luis Carlos *et al.* Questões éticas na pesquisa em design: uma abordagem sobre os relatos da produção científica. **Revista Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v.16, n.1, 2008.

PASSOS, Elizete Silva. Tendências da ética profissional na modernidade. **Rev. bras. enferm**, Brasília, v.46, n.1, p.56-62, jan./mar. 1993.

PEDRO, Ana Paula. Ética, moral, axiologia e valores: confusões e ambiguidades em torno de um conceito comum. **Kriterion**, Belo Horizonte, v.55, n.130, dez. 2014.

PERDIGÃO, Dulce Mantella; HERLINGER, Maximiliano; WHITE, Oriana Monarca (orgs.). **Teoria e prática da pesquisa aplicada**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

PEREIRA, Luiz Carlos Fernandes. **O design para a economia circular: repensando a forma como fazemos as coisas**. 2020. 153f. Dissertação (Mestrado em Design) Universidade de Brasília – UNB, Brasília, 2020.

PIRES, Michele. **LIVE ABD: da regulamentação da profissão a entrada no CREA e CRT**. [2021]. vídeo (57 min. 37 seg.). Publicado pelo canal da ABD no youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4HEFwVgnLLY>. Acesso em: 20 ago. 2011.

REZENDE, Edson José Carpintero; CAMPOS, Cláudia Fátima; ARAÚJO, Wânia Maria de. Cap.X. Pag.137-148. Ética profissional e design de ambientes. *In: REZENDE, Edson José Carpintero (org). Design de ambientes em pauta*. Curitiba: Editora CRV, 2020.

RICALDONI, Thaís Falabella; SILVA, Luciana Machado Coelho; REZENDE, Edson José Carpintero. Reflexões sobre ética na relação design-artesanato. **Revista de Design, Tecnologia e Sociedade**, Brasília, v.5, n.2, p. 99-113, 2018.

SÁ, Antonio Lopes de. **Ética profissional**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

SAMPAIO, Simone Sobral; RODRIGUES, Filipe Wingeter. Ética e sigilo profissional. **Revista Serviço Social e Sociedade**. São Paulo, n.117, p.84-93, jan./mar., 2014.

SARDEIRO, Leandro de Araújo. A ética profissional e a ética do profissional. **Problemata - R. Intern. Fil.** João Pessoa, v.8, n. 3, p. 258-265, 2017.

SILVA, Everton de Jesus. A ética aristotélica como caminho que conduz o homem a felicidade plena. **Revista Húmus**, São Luis, v.3, n. 7, p. 74-86, jan/fev/mar/abr. 2013.

SILVA, Christian Luiz da *et al.* **Inovação e sustentabilidade**. Curitiba: Aymará Educação, 2012.

SILVA, Franklin Leopoldo da; GRACIOSO, Joel. **A ética**. São Paulo: Martins Fontes, 2019.

TAILLE, Yves de La. Para um estudo psicológico das virtudes morais. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v.26, n.2, p.109-121, jul./dez. 2000.

VEDANA, Dario de Barros; PANSONATO, Maira Petratti. Design de Interiores: desafios e tendências da profissão. **Rev. Belas Artes**. São Paulo, n.23, p.1-17, jan/abr. 2017.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, Campinas, v.22, n.44, p.203-220, ago./dez. 2014.

XIMENES, Alexia Praia; PIETZSCH, Ingo Dieter. A proteção dos consumidores nas compras pela internet em tempos de pandemia. **Revista Âmbito Jurídico**, São Paulo, n. 200, ano XXIII, set. 2020. Disponível em: <https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-do-consumidor/a-protecao-dos-consumidores-nas-compras-pela-internet-em-tempos-de-pandemia/>. Acesso em: 22 maio 2021.

WALKER, Stuart. Another Reality: the creative gift and the spiritual sense. **Journal of Interior Design**, v.44, n.1, p.5-11, 2019.

WHITE, Allison Carll. What's in a name? Interior Design and/or Interior Architecture: the discussion continues. **Journal of Interior Design**, v.35, n.1, p.x-xviii, 2009.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

APÊNDICE A

Roteiro de entrevista 1 – profissionais

Nome do profissional:		
Endereço:		
Formação superior: () bacharelado () tecnológico Graduação em: () decoração () design de ambientes () design de interiores Instituição e local: _____ Ano de formação: _____ Tempo de atuação no mercado: _____ Área de atuação: () comercial () residencial () outra _____ Possui outra graduação? Se sim, qual? _____ Títulos: () não tem () especialização () mestrado () doutorado () pós-doutorado Número médio de clientes por ano: _____ Possui escritório próprio: () sim () não, trabalho em casa () não, utilizo <i>coworking</i> Trabalha também como docente: () não () sim, na instituição: _____		
Sexo: <input type="checkbox"/> Feminino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Outro	Estado civil: <input type="checkbox"/> solteiro(a) <input type="checkbox"/> casado(a) <input type="checkbox"/> viúvo(a) <input type="checkbox"/> divorciado(a)	Idade: <input type="checkbox"/> Entre 18 e 24 anos <input type="checkbox"/> Entre 25 e 39 anos <input type="checkbox"/> Entre 40 e 59 anos <input type="checkbox"/> Acima de 60 anos

PERGUNTAS:

1. Comente sobre sua trajetória no mercado de trabalho como designer de interiores.
2. Você conhece e já leu a lei Federal 13.369/2016 que se refere à regulamentação da profissão e suas atribuições no Brasil? Qual a sua opinião a respeito?
3. Você conhece e já leu a lei Federal 8078/1990 que se refere ao código de defesa do consumidor no Brasil? Qual a sua opinião a respeito?
4. Você é ou já foi associada(o) à ABD (Associação Brasileira de Designers de Interiores) ou a alguma entidade de classe da categoria? Caso negativo, qual a razão?
5. Você conhece e já leu o código de ética profissional sugerido pela ABD ou por alguma outra associação de classe da categoria? Qual a sua opinião a respeito?
6. Você formaliza a prestação do serviço por meio da assinatura de contrato para todos os clientes? Comente.

7. Como você apresenta a solução do projeto ao cliente? Utiliza o *briefing* ²² ou algum tipo de registro como ferramenta?
8. Quais são os principais questionamentos e solicitações de seus clientes?
9. Você desenvolve seus projetos reduzindo custos, reaproveitando materiais e buscando eficiência a longo prazo? Os clientes fazem esse tipo de solicitação? Qual a porcentagem em média?
10. Você especifica materiais ou produtos ecológicos e sustentáveis? Os clientes fazem esse tipo de solicitação? Qual a porcentagem em média?
11. Ao longo da execução do projeto você esclarece as dúvidas do cliente e deixa claro todas as etapas e procedimentos que serão desenvolvidos?
12. Algum cliente já demonstrou insatisfação ou criticou o seu trabalho? Comente.
13. Já interrompeu algum projeto sem finalizá-lo? Por qual motivo?
14. Você já foi acionado na justiça por algum cliente? Por qual motivo?
15. Você recebe de fornecedores e lojistas algum tipo de comissão ou reserva técnica pelo acompanhamento do serviço prestado? Em caso positivo, qual é o percentual?
16. Você já recusou a reserva técnica alguma vez? Por qual motivo?
17. Você já sofreu algum tipo de constrangimento ao aceitar ou recusar a reserva técnica? Comente.
18. Ao indicar fornecedores e lojistas ao cliente, você dá preferência para aqueles que fazem o repasse de reserva técnica? Por quê?
19. Você informa ao cliente que recebe o percentual da reserva técnica? Em caso positivo, essa informação é colocada no contrato ou é feita informalmente?
20. Qual a sua opinião sobre o repasse de reserva técnica realizado com o conhecimento do cliente? E sem o conhecimento do cliente?
21. Essa parceria entre profissional, fornecedores e lojistas é um fator importante no seu faturamento?
22. Na sua opinião, o designer de interiores é valorizado e bem remunerado no mercado belorizontino?

Nome do entrevistador / pesquisador:

Local e data da entrevista:

Tempo de duração:

²² O *briefing* consiste em um documento que agrupa o levantamento, a análise e a sistematização de informações para gerar a solução pretendida do problema/projeto. É um instrumento de registro, acordo, e acompanhamento do serviço prestado.

APÊNDICE B

Roteiro de entrevista 2 – fornecedores/lojistas

Nome da empresa:			
Endereço profissional:			
Setor: () iluminação () móveis/marcenaria () cortinas/papel de parede () revestimentos/construção			
Tempo de atuação da empresa no setor:			
Nome do fornecedor ou lojista entrevistado:			
Cargo na empresa:			
Sexo:	Estado civil:	Idade:	Formação:
() Feminino	() solteiro(a)	() Entre 18 e 24 anos	() nível médio
() Masculino	() casado(a)	() Entre 25 e 39 anos	() nível técnico
() Outro	() viúvo(a)	() Entre 40 e 59 anos	() nível superior
	() divorciado(a)	() Acima de 60 anos	() pós-graduado

PERGUNTAS:

1. Qual o percentual de clientes que procuram seus produtos e serviços acompanhados de um profissional (decoradores, designers de ambientes ou designers de interiores)?
2. Os projetos que você recebe dos profissionais possuem informações claras e detalhadas sobre os produtos ou serviços que você deve orçar?
3. Esses profissionais sempre acompanham o cliente durante a venda ou a execução do serviço?
4. A empresa oferece materiais, produtos ou serviços ecológicos? Existe alguma política interna voltada para a sustentabilidade ambiental?
5. Você formaliza a venda do produto ou a prestação do serviço por meio da assinatura de contrato ou emite nota fiscal para todos os clientes? Comente.
6. Você efetua o pagamento de reserva técnica aos profissionais, ou seja, um percentual pelo acompanhamento do serviço prestado? Em caso positivo, qual é esse percentual?
7. Você já sofreu algum tipo de constrangimento ao se recusar a pagar a reserva técnica ao profissional? Comente.
8. Você informa ao cliente que realiza o pagamento da reserva técnica ao profissional?
9. Qual a sua opinião sobre o repasse de reserva técnica realizado com o conhecimento do cliente? E sem o conhecimento do cliente?
10. O cliente sem acompanhamento consegue um desconto maior por não ser necessário o pagamento de comissão ao profissional? Comente.

11. Você solicita nota fiscal ou outro documento aos profissionais para efetuar o pagamento de reserva técnica? Como é feito o repasse?
12. Essa parceria é um fator importante no faturamento da empresa? Comente.
13. Algum cliente já demonstrou insatisfação ou criticou o seu trabalho, produto ou prestação de serviço? Já foi acionado na justiça? Comente.
14. Qual é sua postura em relação à danos ou insatisfações quanto ao seu produto e/ou serviço prestado? Comente.
15. Você conhece e já leu a lei Federal 8078/1990 que se refere ao código de defesa do consumidor no Brasil? Qual a sua opinião a respeito?

Nome do entrevistador / pesquisador:
Local e data da entrevista:
Tempo de duração:

APÊNDICE C

Roteiro de entrevista 3 – ABD

Nome do entrevistado:			
Cargo na ABD:			
Endereço profissional:			
Tempo de atuação na ABD:			
Sexo:	Estado civil:	Idade:	Formação:
<input type="checkbox"/> Feminino	<input type="checkbox"/> solteiro(a)	<input type="checkbox"/> Entre 18 e 24 anos	<input type="checkbox"/> nível técnico
<input type="checkbox"/> Masculino	<input type="checkbox"/> casado(a)	<input type="checkbox"/> Entre 25 e 39 anos	<input type="checkbox"/> nível superior
<input type="checkbox"/> Outro	<input type="checkbox"/> viúvo(a)	<input type="checkbox"/> Entre 40 e 59 anos	<input type="checkbox"/> pós-graduado
	<input type="checkbox"/> divorciado(a)	<input type="checkbox"/> Acima de 60 anos	Curso: _____
			Instituição/ano: _____
			Ano de conclusão: _____

PERGUNTAS:

1. O código de ética sugerido pela ABD aos designers de interiores está em vigor desde quando?
2. Como esse código de ética foi formulado por qual equipe?
3. Como a ABD informa aos seus associados a existência desse código de ética?
4. Segundo, o capítulo IV - art. 13 do código de ética da ABD, o documento foi elaborado em consonância com as normas definidas pela *International Federation of Interior Architects/Designers* (IFI) e pelo Código de Ética do Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CONFEA)²³. Por que razão essas associações foram escolhidas como base?
5. A atual presidente da ABD, Silvana Carminati, é também a representante para a América Latina e Brasil do *Consejo Iberoamericano de Diseñadores de Interiores* (CIDI). Essa associação possui um código de ética próprio? No âmbito da América Latina, o CIDI é a associação com maior representatividade para a categoria?
6. Caso a ABD possua os códigos de ética do IFI e do CIDI, poderia disponibilizar esses documentos para a complementação da pesquisa realizada?

²³ O Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CONFEA), foi instituído pelo Decreto nº 23.569, de 11 de dezembro de 1933, promulgado pelo Presidente Getúlio Vargas. No dia 31 de dezembro de 2010, a Lei nº 12.378, criou o Conselho de Arquitetura e Urbanismo (CAU), separando a profissão de arquiteto deste conselho que passou a ser designado por Conselho Federal de Engenharia e Agronomia (CONFEA). Na época de criação do código de ética da Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD), tal entidade ainda não havia sido desmembrada.

7. Porque, conforme o capítulo IV - art. 5 – item IV, o estatuto social da ABD permite a adesão de “profissionais adaptados” das áreas de arquitetura, engenharia, artes e afins, inclusive de design em geral?
8. Esses “profissionais adaptados” podem se filiar à ABD e ao mesmo tempo ao CREA ou CAU, por exemplo?
9. No capítulo II - art. 3 do código de ética da ABD, destaca-se o consentimento ao pagamento de reserva técnica desde que o profissional informe tal prática aos clientes. Deve-se, portanto: “informar ao cliente de forma clara e inequívoca, antes de iniciar a prestação de serviços, sobre como será a remuneração dos trabalhos a serem prestados, incluindo remuneração por terceiros (ou indiretas) - tais como reserva técnica, alcance do projeto, serviços a serem executados por terceiros e assessoria para aquisição dos produtos e serviços, e implantação do projeto”. Observa-se que o capítulo 3, item 3.2.16 do Código de Ética e Disciplina para Arquitetos e Urbanistas do CAU/BR coíbe o recebimento de valores dessa natureza. “O arquiteto e urbanista deve recusar-se a receber, sob qualquer pretexto, qualquer honorário, provento, remuneração, comissão, gratificação, vantagem, retribuição ou presente de qualquer natureza – seja na forma de consultoria, produto, mercadoria ou mão de obra – oferecidos pelos fornecedores de insumos de seus contratantes, conforme o que determina o inciso VI do art. 18 da Lei nº 12.378, de 2010”. Considerando o fato de que a ABD tem como afiliados tanto designers quanto arquitetos, comente o consentimento da “RT” por parte da associação.
10. De acordo com o capítulo IV - art. 11 – item I, do estatuto social da ABD, os associados e afiliados, obrigam-se a se abster de práticas que contrariem o código de ética. Algum associado da ABD já foi advertido, penalizado ou descredenciado por descumprir o código de ética?
11. Quais são as punições quando um associado infringe algum artigo do código da ABD?
12. Quantos associados a ABD possui hoje em MG (seria possível dizer um número referente apenas para Belo Horizonte e região metropolitana)?
13. Entre todos os associados da ABD, qual percentual é formado apenas por designers de interiores, designers de ambientes ou decoradores (bacharéis, tecnólogos, técnicos, professores da área e estudantes em formação nesta categoria)?
14. A regulamentação da profissão de Designer de Interiores no Brasil por meio da Lei Federal 13.369/2016 atendeu às expectativas da ABD quanto aos limites de atuação?
15. Quais são os rumos da ABD no que diz respeito à organização da classe após a regulamentação da profissão?

Nome do entrevistador / pesquisador:

Local e data da entrevista:

Tempo de duração:

ANEXO I

Código de Ética da Associação Brasileira de Designers de Interiores



CÓDIGO DE ÉTICA

O CONSELHO DELIBERATIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DESIGNERS DE INTERIORES - ABD, no uso das atribuições que lhe são conferidas pelo artigo 5.1.2 do Estatuto Social, considerando a necessidade de estabelecer alguns preceitos para a elevação do nível profissional e ético dos profissionais associados à ABD e de acordo com as diretrizes estatutárias e finalidades da Associação, adota este Código de Ética, exortando todos os associados à sua fiel observância.

CAPÍTULO I - DAS REGRAS E PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

ART.1º. O profissional associado à ABD, que esteja no exercício da profissão de Designer de Interiores, deve empenhar-se para que tenha uma conduta compatível com os preceitos deste Código e com os demais princípios da moral individual, social e profissional.

ART.2º. O Designer de Interiores participa de importante função social ao contribuir com suas habilidades técnicas e artísticas, para melhoria da qualidade de vida, criando ambientes funcionais, seguros e compatíveis com o usuário e seu bem-estar.

PARÁGRAFO ÚNICO - São deveres dos Designers de Interiores associados:

- I. Conhecer, cumprir e fazer cumprir este Código de Ética e propagar seus preceitos entre os colegas de profissão;
- II. Zelar pela honra e dignidade de sua classe, trabalhando com honestidade, lealdade e boa-fé;
- III. Prestigiar as entidades de classe, em especial a associação de que faça parte, nas suas iniciativas em proveito do exercício da profissão;
- IV. Valorizar o projeto como resultado conceitual de um processo pautado em expertise, evidenciando para o cliente à sua relevância como instrumento de afirmação de valores comprometidos com o usuário e com o bem comum;
- V. Trabalhar pela implementação de um design responsável, que favoreça a preservação do meio ambiente e a melhoria de uso de recursos naturais renováveis, primando-se pela resiliência, redução de custos, aproveitamento de materiais e espaços, buscando eficiência de longo termo;
- VI. Cuidar para que sua intervenção nos espaços construídos seja respeitosa e fundamentada em critérios compatíveis com valores humanos, reconhecendo a íntima relação entre design e consumo e o impacto deste na sociedade;
- VII. Trabalhar em seu projeto pela inclusão de todo e qualquer indivíduo, percebendo a diversidade como valor, em todas as suas nuances;
- VIII. Utilizar seu nome ou assinatura apenas em projetos efetivamente por ele elaborados;
- IX. Abster-se de aceitar trabalho, emprego, função ou tarefa para os quais não tenha efetiva qualificação e/ou formação;
- X. Manter-se continuamente atualizado, participando de encontros de formação profissional, onde possa reciclar-se, analisar, criticar, ser criticado e emitir parecer referente à profissão;
- XI. Lutar pelo reconhecimento da profissão e pelos direitos profissionais inerentes às atividades dos Designers de Interiores.

CAPÍTULO II - DAS RELAÇÕES COM O CLIENTE

ART. 3º. Nas relações com os clientes o profissional associado deve:

- I. Informar ao cliente, de forma clara e inequívoca, antes de iniciar a prestação de serviços, sobre COMO SERÁ A REMUNERAÇÃO DOS TRABALHOS A SEREM PRESTADOS PELO SEU ESCRITÓRIO, INCLUINDO REMUNERAÇÃO POR TERCEIROS (OU INDIRETAS) - TAIS COMO RESERVA TÉCNICA, alcance do projeto, serviços a serem executados por terceiros e assessoria para aquisição dos produtos e serviços, e implantação do projeto;

- II. Formalizar, sempre a prestação de serviços através de contrato escrito, que discipline as fases do projeto, prazos, os honorários contratados e formas de remuneração, a extensão das responsabilidades assumidas e todas as demais cláusulas que se fizerem necessárias para a transparência, objetividade, e descrição dos direitos e obrigações das partes no transcorrer da Prestação de Serviços;
- III. Favorecer e respeitar os interesses de seus clientes, dentro dos limites legais e profissionais;
- IV. Abster-se de divulgar a terceiros as informações fornecidas pelo cliente, orientado para que sua equipe proceda da mesma forma;
- V. Abster-se de suspender os serviços contratados, de forma injustificada e sem prévia comunicação;
- VI. Procurar certificar-se - tanto quanto seja possível e razoável, que os produtos e serviços que especifica para o projeto, são adequados aos fins propostos, alertando sempre seus clientes - com clareza e nitidez, de qualquer eventual consequência negativa, ou restrição que possa advir da utilização de tais produtos e serviços;
- VII. Fixar de maneira justa seus honorários, trabalhando dentro de um padrão de mercado, sem extorquir o cliente. Indicamos seguir a referência da tabela de valores por serviço fornecida aos associados pela ABD.

CAPÍTULO III - DA PUBLICIDADE

ART. 4º. O profissional associado deve realizar de maneira digna a publicidade de sua empresa ou atuação profissional, não veiculando informações que comprometam o conceito da profissão;

ART. 5º. Todo material promocional e/ou propaganda divulgados pelo profissional associado deverá conter somente fatos reais, vinculando seu nome apenas a projetos por ele elaborados;

ART. 6º. O profissional não deve permitir que seu nome seja associado a um projeto original modificado pelo cliente ou por outro profissional.

CAPÍTULO IV - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

ART. 7º. O profissional jamais deve denegrir, discriminar ou referir-se preconceituosamente ao trabalho ou reputação de profissionais da área, devendo tratar a todos com a consideração, o apreço, o respeito mútuo e a solidariedade que fortaleçam a harmonia e o bom conceito da classe;

ART. 8º. É vedado ao profissional disputar serviços profissionais, mediante aviltamento de honorários ou em concorrência desleal;

ART. 9º. O profissional associado não deve intervir na prestação de serviços que esteja sendo efetuada por outro profissional, salvo a pedido desse profissional ou, em caso de urgência, seguido da imediata comunicação ao profissional responsável, ou ainda, quando se tratar de trabalho multiprofissional e a intervenção fizer parte da metodologia adotada;

ART. 10º. O associado deve zelar para que do exercício de suas atividades não resulte - direta ou indiretamente, qualquer agressão ou prejuízo ao meio ambiente e ao patrimônio cultural do país, assim como não ocorra qualquer espécie de discriminação por motivos de ordem étnica, religiosa, política, cultural, de gênero, nacionalidade, estado civil, idade, aparência ou classe social;

ART. 11º Será considerada infração ética todo e qualquer ato cometido pelo profissional associado, no exercício de suas atividades que infrinjam os princípios éticos previstos neste Código, bem como aqueles que atentem contra a moral e os bons costumes, e descumpram os deveres de ofício praticando condutas expressamente vedadas e que lesem direitos reconhecidos de outrem;

ART. 12º A tipificação da infração ética para efeito de processo disciplinar deverá ser determinada pelo Conselho Deliberativo da Associação, nos termos de seu Estatuto Social;

ART. 13º Este Código de Ética foi elaborado em consonância com as normas internacionais definidas pela IFI - International Federation of Interior Design e pelo Código de Ética do Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia.

ANEXO II

Declaração da *International Federation of Interior Architects/Designers*

IFI International Federation
of Interior Architects/Designers



IFI INTERIORS DECLARATION

Versão em português

Declaração da Federação Internacional dos Designers de Interiores e Arquitetos (em inglês, IFI)

© IFI, 2011

“É da natureza humana não apenas utilizar espaços, mas preenchê-los de beleza e significado.

Espaços habilmente projetados podem despertar em nós um senso de propósito, ou um sentido de profundidade.

Nos espaços que nos são caros, experimentamos não só um sentido de lugar, mas um sentido daquilo que somos e daquilo que podemos ser.

Espaços desenhados com cuidado nos ajudam a aprender, refletir, imaginar, descobrir e criar.

Os grandes espaços são indispensáveis às grandes culturas criativas. Eles provocam conexões entre pessoas, ideias e campos de pensamento como um todo.

Como profissionais do design, nosso conhecimento nos permite moldar espaços que respondam às necessidades humanas. Esses espaços humanos são o domínio da nossa competência, nossa paixão e nosso trabalho.

Nós usamos o espaço de forma responsável. Praticamos nossa profissão com o mais alto cuidado em aplicar os recursos econômicos e naturais de nosso planeta de forma sustentável. Desenhamos pela saúde, segurança, bem-estar e necessidades de todos.

É isto o que fazemos, criamos e damos. É assim que ganhamos nosso lugar na sociedade. É por isso que nosso trabalho é importante para os nossos clientes, nossas sociedades e nós mesmos. É esta a diferença que fazemos e por isso escolhemos esta nobre profissão. ”

VALOR

“A profissão fornece liderança e usa um processo iterativo e interativo que inclui descoberta, tradução e validação, produzindo resultados mensuráveis e melhorias nos espaços internos e nas vidas daqueles que os utilizam.

Este processo gera vantagens econômicas, funcionais, estéticas e sociais que ajudam clientes a entender o valor de suas decisões e permitem decisões melhores e mais benéficas para usuários e para a sociedade.

É recomendado que a profissão seja uma voz de confiança e desenvolva múltiplos modelos de pesquisa no contexto dos padrões físicos, emocionais e comportamentais dos usuários.”



RELEVÂNCIA

“A profissão define projetos desde seu início e defende a experiência humana em todos os níveis. Designers de interiores e arquitetos de interiores sintetizam ecologias humanas e ambientais e traduzem ciência em beleza, respondendo a todos os sentidos. O profissional escuta, observa, analisa, melhora e cria ideias, visões e espaços originais e que possuem valor mensurável.”

RESPONSABILIDADE

“A responsabilidade dos designers de interiores e dos arquitetos de interiores é definir a prática e a experiência profissional necessárias, educar a nós mesmos e ao público, e nos posicionarmos na esfera pública como especialistas do ambiente construído. A responsabilidade dos designers de interiores e dos arquitetos de interiores é desenvolver a profissão e advogar pelo bem-estar social.”

CULTURA

“Sendo um empreendimento criativo, o design e a arquitetura de interiores são um modo de produção da cultura. São marcadores que interpretam, traduzem e editam o capital cultural. Em um mundo globalizado, o design e a arquitetura de interiores devem ter um papel em facilitar a retenção da diversidade cultural.”

NEGÓCIOS

“A profissão do design e da arquitetura de interiores gera valor para as partes envolvidas. Ela melhora o bem-estar como fator de desenvolvimento econômico. Ela gera liderança de pensamento estratégico, resultando em retorno multifacetado ao investimento. Designers e arquitetos de interiores defendem a educação para o benefício e o reconhecimento da profissão.”

CONHECIMENTO

“Os conhecimentos teóricos, aplicados ou inatos são fundamentais para a prática do design e da arquitetura de interiores. A confluência da psicologia ambiental e da ciência da antropométrica são cruciais para o conhecimento qualitativo e quantitativo que molda a prática do design e da arquitetura de interiores.”

IDENTIDADE

“Designers e arquitetos de interiores determinam o relacionamento de pessoas com espaços com base em parâmetros psicológicos e físicos, para melhorar a qualidade de vida.”

ANEXO III

Parecer de aprovação do Comitê de Ética (Plataforma Brasil)**PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP****DADOS DO PROJETO DE PESQUISA**

Título da Pesquisa: Reflexões sobre ética profissional no design de ambientes

Pesquisador: MAIRA PIRES CORREA

Área Temática:

Versão: 1

CAAE: 34719020.1.0000.5525

Instituição Proponente: Escola de Design

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.366.099

Apresentação do Projeto:

Segundo resumo apresentado nas informações básicas do projeto de pesquisa, obtemos a seguinte apresentação do projeto:

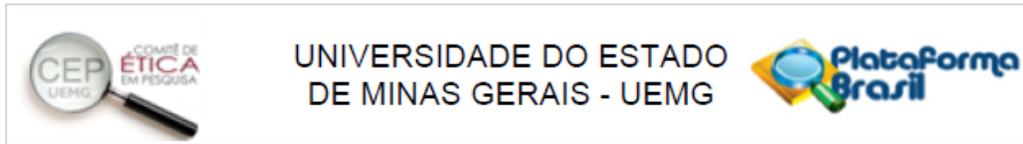
“Trata-se aqui de uma pesquisa qualitativa do tipo estudo de caso único. O caso em questão refere-se à prestação de serviços profissionais relacionados ao design de ambientes/interiores. Como instrumentos de pesquisa serão realizadas revisões bibliográficas e verificação da legislação/documentação referente aos códigos de conduta da categoria. Ademais, faz-se extremamente importante a abordagem sistemática por meio de entrevistas. O roteiro proposto dividirá os participantes em três grupos distintos. Os voluntários serão divididos entre profissionais, lojistas/fornecedores e clientes relacionados do setor. A quantidade e o conteúdo das perguntas estipuladas poderá diferir entre os grupos analisados, assim como o número de participantes em cada um deles. Observa-se que as questões propostas terão a intenção de tomar a coleta de dados significativa, evitando entrevistas cansativas ou desinteressantes. Por fim, os dados analisados resultarão no desenvolvimento de um relatório crítico-reflexivo sobre a ética profissional no campo do design de ambientes/interiores correlacionando teoria e prática.”

Objetivo da Pesquisa:

De acordo com o projeto detalhado da pesquisa:

“Objetivo geral :

Endereço: Rodovia Papa João Paulo II nº 4143 - Ed. Minas - 8º andar Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves
Bairro: Serra Verde **CEP:** 31.630-900
UF: MG **Município:** BELO HORIZONTE
Telefone: (31)3916-8860 **Fax:** (31)3330-1570 **E-mail:** cep.reitoria@uemg.br



Continuação do Parecer: 4.386.099

Analisar as determinações do código de ética sugerido pela associação de classe da categoria no Brasil e as práticas profissionais dos designers de ambientes/interiores atuantes no mercado de trabalho belorizontino.

Objetivos específicos

- Examinar os códigos de ética propostos por associações internacionais de Design de Interiores dos seguintes países: Inglaterra, Estados Unidos e Canadá.
- Analisar o código de ética sugerido pela Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD) correlacionando com o código de ética do Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU).
- Avaliar a inserção dos profissionais no mercado de trabalho quanto à regulamentação da profissão e sua remuneração no Brasil.
- Investigar a postura ética de profissionais atuantes no mercado de trabalho belorizontino, especialmente no que diz respeito ao recebimento de reserva técnica.
- Verificar a opinião de lojistas, fornecedores e clientes na cidade de Belo Horizonte-MG acerca do pagamento da reserva técnica aos profissionais.
- Estimular o pensamento crítico-reflexivo e a importância da conduta ética profissional valorizando a atividade do designer de interiores/ambientes."

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Segundo as informações básicas do projeto de pesquisa consta:

"Riscos:

Os riscos são considerados baixos ou quase nulos. Podem envolver certo desconforto dos participantes ao responderem a algumas perguntas da entrevista. Observa-se que busca-se a confidencialidade e o sigilo, entretanto pode haver vazamento de dados em casos excepcionais.

Benefícios:

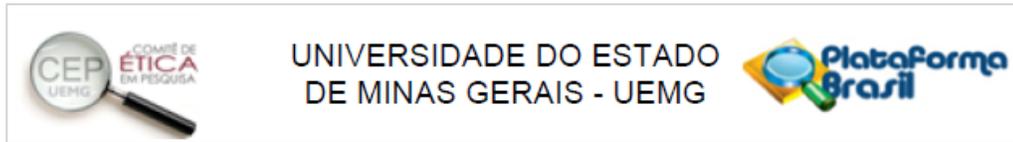
A pesquisa contribuirá para o estudo da ética profissional no setor de design de ambientes/interiores e seu consequente aprimoramento nas práticas de mercado beneficiando clientes, lojistas, fornecedores e profissionais."

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Trata-se de um trabalho de dissertação de Mestrado da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), e o orientador é o Prof. Dr. Edson José Carpintero Rezende.

Nas informações básicas do projeto de pesquisa, foram apresentados os riscos, mas não ficou claro quais serão as ações no sentido de minimizá-los. Assim como também não foi apresentado

Endereço: Rodovia Papa João Paulo II nº 4143 - Ed. Minas - 8º andar Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves
Bairro: Serra Verde **CEP:** 31.630-900
UF: MG **Município:** BELO HORIZONTE
Telefone: (31)3916-8660 **Fax:** (31)3330-1570 **E-mail:** cep.reitoria@uemg.br



Continuação do Parecer: 4.366.099

no TCLE quais serão as ações para minimiza-los.

Conforme cronograma apresentado na Informações básicas do Projeto, a etapa de Realização de Entrevistas, iniciaria em 24/08/20. Será necessário atualizar data de início das entrevistas, pois o CEP não valida dados coletados antes da aprovação da pesquisa. Ressalta-se que em virtude da alteração no calendário do semestre letivo, é provável que a data da defesa também possa ser prorrogada.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Apresentou os seguintes documentos: Folha de rosto assinada, Informações Básicas do Projeto, Projeto da dissertação de mestrado, TCLE, 03 Roteiros das entrevistas: com os profissionais, como os fornecedores / lojistas, e com os clientes

Recomendações:

Segundo as informações básicas do projeto "O local e o horário das entrevistas será agendado em comum acordo com cada entrevistado". Não ficou claro se as entrevistas serão presenciais ou não. Todavia, em virtude da pandemia do COVID-19, sugere-se que as entrevistas sejam realizadas online, para evitar contato físico. Em caso de as entrevistas serem presenciais, é recomendado cuidados conforme as condições necessárias de biossegurança.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

No TCLE, acrescentar na descrição de riscos, quais serão as ações para minimizá-los e também a informação que a entrevista será gravada para posterior transcrição. Também é preciso ajustar o cronograma, pois as entrevistas não poderão ser iniciadas antes da aprovação do CEP.

Considerações Finais a critério do CEP:

Aprovado com as ressalvas descritas acima,

Destaca-se que o CEP não valida dados coletados antes da aprovação da pesquisa.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1563405.pdf	04/07/2020 15:41:18		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura	REFLEXOES_SOBRE_ETICA_PROFISIONAL_NO_DESIGN_DE_AMBIENTE	10/06/2020 18:42:10	MAIRA PIRES CORREA	Aceito

Endereço: Rodovia Papa João Paulo II nº 4143 - Ed. Minas - 8º andar Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves
Bairro: Serra Verde **CEP:** 31.630-900
UF: MG **Município:** BELO HORIZONTE
Telefone: (31)3916-8860 **Fax:** (31)3330-1570 **E-mail:** cep.reitoria@uemg.br



UNIVERSIDADE DO ESTADO
DE MINAS GERAIS - UEMG



Continuação do Parecer: 4.366.099

Investigador	docx	10/06/2020 18:42:10	MAIRA PIRES CORREA	Aceito
Folha de Rosto	FOLHA_DE_ROSTO_ASSINADA.pdf	10/06/2020 18:36:56	MAIRA PIRES CORREA	Aceito
Outros	ROTEIRO_DE_ENTREVISTAS_3_CLIENTES.docx	25/05/2020 16:19:36	MAIRA PIRES CORREA	Aceito
Outros	ROTEIRO_DE_ENTREVISTAS_2_FORNECEDORES_LOJISTAS.docx	25/05/2020 16:18:54	MAIRA PIRES CORREA	Aceito
Outros	ROTEIRO_DE_ENTREVISTAS_1_PROFISSIONAIS.docx	25/05/2020 16:17:54	MAIRA PIRES CORREA	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TERMO_DE_CONSENTIMENTO_LIVRE_E_ESCLARECIDO.docx	24/05/2020 16:00:50	MAIRA PIRES CORREA	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

BELO HORIZONTE, 27 de Outubro de 2020

Assinado por:
Wânia Maria de Araújo
(Coordenador(a))

Endereço: Rodovia Papa João Paulo II nº 4143 - Ed. Minas - 8º andar Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves
Bairro: Serra Verde **CEP:** 31.630-900
UF: MG **Município:** BELO HORIZONTE
Telefone: (31)3916-8680 **Fax:** (31)3330-1570 **E-mail:** cep.reitoria@uemg.br

ANEXO IV

Termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE)

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE ESCLARECIDO

Caro (a) Senhor (a),

Eu, Maira Pires Corrêa, aluna do Mestrado da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), portadora do RG _____, residente no endereço _____ em Belo Horizonte-MG, sendo meu telefone de contato _____, vou desenvolver uma pesquisa cujo título é “Reflexões sobre ética profissional no âmbito do Design de Interiores”. O objetivo deste estudo é analisar a relação entre as práticas profissionais do design de ambientes/interiores utilizadas no mercado de trabalho belorizontino e o código de ética sugerido pela associação de classe da categoria no Brasil.

Para a realização deste estudo adotaremos o seguinte procedimento: a técnica de entrevistas. O intuito é de coletar dados mediante a criação de 03 formulários distintos, sendo um tipo para cada personagem envolvido nas relações profissionais. Desta forma, os roteiros serão aplicados nas entrevistas, sendo o primeiro para designers de ambientes/interiores em exercício, o segundo para fornecedores/lojistas do setor e o terceiro para a ABD (Associação Brasileira de Designers de Interiores).

Gostaria de convidá-lo (a) a colaborar de forma **VOLUNTÁRIA** com esta pesquisa. Para participar deste estudo você não terá nenhum custo, nem receberá qualquer vantagem financeira. Além disso, você estará exposto à um risco considerado baixo ou quase nulo. Estes riscos podem envolver certo desconforto ao responder a algumas perguntas da entrevista. A pesquisadora tratará os dados coletados com confidencialidade, mas você pode se recusar a responder alguma questão que julgar impertinente. Observa-se que a sua participação contribuirá para o estudo da ética profissional no setor de design de ambientes/interiores e seu consequente aprimoramento. Você será esclarecido (a) sobre o estudo em qualquer aspecto que desejar e estará livre para participar ou recusar-se a participar. Poderá retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A sua participação é voluntária e a recusa em participar não acarretará qualquer penalidade ou modificação na forma em que é atendido pelo pesquisador. Não existe outra forma de obter dados com relação ao procedimento em questão e que possa ser mais vantajoso do que o usado nesta pesquisa. Eu, Maira Pires Corrêa, como responsável pela condução desta pesquisa, tratarei os seus dados com o devido profissionalismo e sigilo, garantindo a segurança da sua privacidade. O Sr (a) tem o direito de ser mantido atualizado sobre os resultados parciais da pesquisa, e caso seja solicitado, darei todas as informações que o Sr (a) quiser saber. O Sr (a) também poderá consultar a qualquer momento o Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade do Estado de Minas Gerais, responsável pela autorização para a realização deste estudo. Não existirão despesas ou compensações pessoais para nenhum participante em qualquer fase do estudo. Se existir qualquer despesa adicional, ela será absorvida pelo orçamento da pesquisa.

COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA – CEP/UEMG

Contato: (31) 3916-8747 / (31) 3916-8639 / cep.reitoria@uemg.br

Rodovia Papa João Paulo II, 4143 – Ed. Minas – 8º Andar – Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves
Bairro Serra Verde – Belo Horizonte – MG – CEP: 31.630-900



Eu me comprometo a utilizar os dados coletados somente para pesquisa e os resultados deverão ser veiculados por meio de artigos científicos em revistas especializadas e/ou em encontros científicos e congressos, sem nunca tornar possível sua identificação. Seu nome ou o material que indique sua participação não será liberado sem a sua permissão. Em anexo está o consentimento livre e esclarecido para ser assinado caso não tenha ficado qualquer dúvida, esse termo de consentimento será impresso em duas vias originais: sendo que uma será arquivada pelo pesquisador responsável, e a outra será fornecida a você.

Acredito ter sido suficientemente informado a respeito das informações que li ou que foram lidas para mim, descrevendo o estudo “Reflexões sobre ética profissional no âmbito do Design de Interiores”, com o objetivo de analisar a relação entre as práticas profissionais do design de ambientes/interiores utilizadas no mercado de trabalho belorizontino e o código de ética sugerido pela associação de classe da categoria no Brasil. Eu tirei todas as minhas dúvidas sobre o estudo e minha forma de participação com a pesquisadora Maira Pires Corrêa, responsável pelo mesmo. Ficaram claros para mim quais são os propósitos do estudo, os procedimentos a serem realizados, as garantias de confidencialidade, os riscos e benefícios e a garantia de esclarecimentos permanentes. Ficou claro também, que minha participação é isenta de despesas ou gratificações e que tenho garantia do acesso aos resultados, onde os meus dados apenas serão divulgados com a minha autorização. Concordo voluntariamente em participar deste estudo sabendo que poderei retirar o meu consentimento a qualquer momento, antes ou durante o mesmo, sem penalidade, prejuízo ou perda de qualquer benefício que eu possa ter adquirido anteriormente ao estudo.

DADOS DO VOLUNTÁRIO DA PESQUISA:

Nome Completo: _____
Endereço: _____
RG: _____
Fone: () _____
E-mail: _____

Assinatura do voluntário

Cidade: _____

Data: _____

DADOS DO PESQUISADOR RESPONSÁVEL:

Nome Completo: _____
Endereço: _____
RG: _____
Fone: _____
E-mail: _____

Assinatura do pesquisador

Cidade: *Belo Horizonte* _____

Data: _____

COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA – CEP/UEMG

Contato: (31) 3916-8747 / (31) 3916-8639 / cep.reitoria@uemg.br
Rodovia Papa João Paulo II, 4143 – Ed. Minas – 8º Andar – Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves
Bairro Serra Verde – Belo Horizonte – MG – CEP: 31.630-900