

# Design como forma simbólica e como fenômeno de linguagem: uma conceituação possível<sup>1</sup>

## *Design as a symbolic form and a phenomenon of language: a possible conceptualization*

**BRAIDA, Frederico**

Mestre e Doutorando em Design – PUC-Rio

**Palavras-chave:** Design, Linguagem, Comunicação e Semiótica.

Este artigo apresenta um caminho possível para a conceituação do Design, partindo de uma abordagem que o trata como uma forma simbólica, como um fenômeno de linguagem e como um meio para se apreender o mundo contemporâneo. Destaca-se que, se adotado esse ponto de vista, a Comunicação e a Semiótica oferecem um aporte teórico fundamental para a pesquisa no campo do Design.

*Keywords: Design, Language, Communication and Semiotics*

*This paper presents a possible path for the conceptualization of Design, from an approach that treats it as a symbolic form, as a phenomenon of language and also as a way to understand the contemporary world. If this point of view is adopted, the Communication and Semiotics offer a fundamental theoretical contribution to Design researches.*

### Introdução

*Todos os dias/ quando o design toca,/ você levanta da sua design,/ calça um design/ e vai ler o design do dia./ (...) e sai atrasado para pegar um design na esquina.*

[...]

*Entra no escritório pisando forte,/ fazendo barulho com seu design novo/ e antes de ligar seu design de última geração,/ senta na sua design acolchoada,/ pega esta design,/ e fica mais confuso ainda.../ Afinal,/ o que é design?<sup>2</sup>*

A partir de um ponto de vista contemporâneo, podemos afirmar que os campos do conhecimento são interatuantes. Para o campo do Design, interdisciplinar por natureza<sup>3</sup>, contribuem, além de outras disciplinas, a Semiótica e a Comunicação<sup>4</sup>. É sob a perspectiva dessas duas disciplinas que enfocamos, neste trabalho, o Design<sup>5</sup> e propomos um caminho para conceituá-lo.

De forma mais alargada, nos concentramos no Design como linguagem, e, para tanto, partimos de uma abordagem do Design como uma “forma simbólica”. Para nós, o Design é uma linguagem que teve seu advento com a Revolução Industrial. Enquanto uma invenção moderna, uma convenção, o Design tem influenciado a nossa visão de mundo. Para nós, o Design reflete uma *Weltanschauung*, uma visão de mundo particular e tornou-se o meio pelo qual apreendemos o mundo contemporâneo.

É pelo design que ganhamos existência e que os objetos têm se configurado. Pelo design tem se dado nossos processos de subjetivação e nosso reconhecimento do mundo. Parece-nos que é essa nossa constatação que está na base do argumento utilizado por Lins (1997) ao escrever o poema *Todo dia é dia de design*, cujo fragmento constitui a epígrafe deste artigo. Lins (1997) evidencia que os objetos já não são mais vistos como objetos, mas sim como “design”. E tal modo de ver tem se tornado tão “natural”, que já não estranhemos mais com o fato de a palavra “design” caber em qualquer lugar.

Este artigo é resultado de parte das discussões travadas sobre a epistemologia do Design. A pergunta sugerida pela epígrafe, tão elementar quanto necessária, que nos colocamos e que, agora, trazemos à baila é: “*Afinal, o que é o Design?*”. Objetivamos, com este artigo, apresentar uma resposta possível para a questão, sob o ponto de vista previamente determinado: o da linguagem. Não propomos, aqui, uma resposta

definitiva, mas uma reflexão, cuja fundamentação encontramos no referencial teórico adotado, o qual nos parece relevante e, então, é presumível que pese para o campo do Design<sup>6</sup>.

O artigo está estruturado em 4 seções, além desta introdução e da bibliografia. Iniciamos, inspirados pela tese de Panofsky (1975), a partir do exemplo da Perspectiva, apontando que o Design pode ser entendido como uma “forma simbólica”. Em seguida, entramos no cerne da nossa questão: Design como fenômeno de linguagem. E, uma vez considerado o Design como um fenômeno de linguagem, mencionamos, finalmente, que a Semiótica e a Comunicação são ciências capazes de contribuir com um aporte teórico para o estudo do mesmo.

### **Design como forma simbólica**

Inicialmente, antes de abordarmos o Design como um fenômeno de linguagem, objetivo principal deste artigo, gostaríamos de evidenciá-lo como uma forma simbólica, ou seja, como uma convenção e, portanto, como uma construção. Tal como propôs Panofsky, no ensaio *Die Perspektive als symbolische Form*, que a Perspectiva é uma forma simbólica, também gostaríamos de pensar no Design sob essa qualificação. Para nós, o Design é uma forma simbólica.

Cabe lembrarmos que Panofsky se apropria da noção de “forma simbólica” trabalhada por Cassier<sup>7</sup>, a qual é utilizada “para designar as grandes construções intelectuais e sociais pelas quais o homem se relaciona com o mundo” (Aumont, 2007, p.215). De acordo com Aumont (2007, p.15), “ao retomar essa noção, Panofsky visa mostrar, não que a perspectiva é uma convenção arbitrária, mas que cada período histórico teve ‘sua’ perspectiva, isto é, uma forma simbólica da apreensão do espaço, adequada a uma concepção do visível e do mundo”.

Em última análise, o principal escopo de Panofsky, em seu ensaio, é provar que cada período histórico da civilização ocidental *formalizou* seu próprio código de representação do espaço, sancionando, por essa via, a variabilidade da própria perspectiva, e como cada “forma simbólica” reflete uma *Weltanschauung* particular (Campos, 1990, p.51).

Ao pensarmos no Design como forma simbólica, aproximamo-nos de sua conceituação a partir de um ponto de vista histórico. Somos levados a situá-lo no contexto do desenvolvimento da cultura humana. De acordo com Bomfim (2005, p.6), “há diversas definições de design e uma análise comparativa entre elas permite concluir que esta atividade objetiva a configuração de objetos de uso e sistemas de informação”. No entanto, cabe ressaltarmos que a configuração de objetos de uso e sistemas de informação não é “natural”. Bomfim (2005, p.2) nos lembra que “ao longo da história a configuração de artefatos teve três fases características, definidas de acordo com os princípios teóricos que fundamentam a práxis e os meios utilizados para a produção de objetos”: (1) momento da maestria dos artesãos; (2) desenvolvimento das manufaturas; e (3) industrialização.

Sob essa ótica, o Design não seria uma atividade inata ao ser humano, mas uma construção, bem como Argan evidenciou ser o projeto. De acordo com Argan (1992, p.157), o projeto não é uma condição que existiu desde sempre. Projeto é uma invenção. Já que afirmar que o Design é, entre outras conceituações, “projeto<sup>8</sup>” constitui, praticamente um truísmo e, partindo da premissa de que o projeto é invenção, conseqüentemente, somos levados a propor que o Design também é invenção. E, nesse sentido, também poderíamos dizer que o Design não existiu desde sempre, representa uma visão de mundo muito particular e tem participado da construção do mundo desde a Revolução Industrial.

Conceituando o Design como uma atividade projetiva, Leite (1997) adota uma postura que vai ao encontro do pensamento de Argan. Para Leite (1997), o “design pode ser compreendido como a base das atividades projetivas relacionadas ao habitat humano. Tudo o que se oferece à nossa visão é construído, não é natural. E construído de acordo com algum critério”. Nesse sentido, não é somente através do Design que concebemos os objetos artificiais, mas o próprio Design é um artifício.

Cabe, mais uma vez, retornarmos ao exemplo da perspectiva, enquanto uma linguagem emergida no Renascimento, para compreendermos o caráter convencional da mesma e podermos pensar no Design como uma convenção, uma linguagem aflorada no contexto da Revolução Industrial. Segundo Aumont (2007, p.216), a

... perspectiva é então uma forma simbólica porque responde a uma demanda cultural específica do Renascimento, que é sobredeterminada politicamente (a forma republicana de governo aparece na Toscana), cientificamente (desenvolvido da óptica), tecnologicamente (invenção das janelas vitrificadas, por exemplo), estilisticamente, esteticamente e, é claro, ideologicamente.

Assim, a exemplo da perspectiva, não podemos nos furtar de pensar que o Design é, no mínimo, política e ideologicamente informado. Assim, parece-nos, pelo menos em parte, um despropósito Deforges (1994, p.15) clamar “por um design ideológico”. Fazendo das palavras de Japiassu (1991, p.160) as nossas, podemos afirmar que “historicamente, por detrás da ciência, da técnica e da indústria [por que não acrescentarmos “do design”?] há homens com suas representações, com suas estruturas mentais, com suas atitudes, com suas convenções e com seus mitos sócio-culturais”.

Para Bomfim (2005, p.6), a atividade do designer é “dependente das diferentes estratégias traçadas pela sociedade institucionalizada para a realização de seus membros”. Assim, o Design não é desinteressado. De acordo com Nojima (2008b, p.9), “enquanto processo, método, técnica e ferramenta de criação, produção, disseminação e comunicação do conhecimento, o Design tende a modelar e orientar, retificar e reorientar a paisagem cultural da vida cotidiana”. Também Forty (2007, p.330) menciona o quão importante tem sido o design “para representar as idéias e as crenças por meio das quais assimilamos os fatos materiais do cotidiano e nos ajustamos a eles”.

O Design é, portanto, uma forma simbólica, uma forma de comunicação e uma lente para se apreender o mundo contemporâneo. Para nós, o Design pode ser compreendido como um fenômeno de linguagem. Abordar o Design como uma linguagem nos possibilita conceituá-lo historicamente. Como bem mencionou Santaella (2005a, p.9), o aparecimento de uma nova linguagem não pressupõe a anulação de alguma anterior, pois as linguagens “vão se sobrepondo e se misturando na constituição de uma malha cultural cada vez mais complexa e densa”. Nesse mesmo sentido, a partir da constatação da existência de três fases ao longo da história a configuração de artefatos, Bomfim (2005, p.3) afirma que há um quarto momento que pode ser chamado de “pós-industrial” ou “pós-moderno”, o qual “parece englobar em uma síntese original características dos três momentos anteriores”.

### **Design como fenômeno de linguagem<sup>9</sup>**

Segundo Santaella e Nöth (2004, p.24), “assim como a comunicação, também os signos, isto é, a produção e troca simbólicas, sempre existiram e são fatores de constituição da própria condição humana”. E, como bem menciona Grinover (1966, apud Viégas, 2004, p.45),

é opinião muito difundida que a sociedade humana ou a sociedade em seus aspectos culturais, dependa dos signos, especificamente dos signos lingüísticos, no que diz respeito à sua existência e a sua conservação. Malinowski afirma que “a cultura não existe sem a linguagem”; segundo Dewey a linguagem, que inclui “não só gestos, mas também ritos, cerimônias, monumentos e os produtos industriais e artísticos, é o meio com que a cultura existe e com a qual é transmitida”.

Assim, temos que a linguagem é a base de toda e qualquer forma de comunicação. De acordo com Dondis (2007, p.14), “a linguagem ocupou uma posição única no aprendizado humano. Tem funcionado como meio de armazenar e transmitir informações, veículo para intercâmbio de idéias e meio para que a mente humana seja capaz de conceituar”. Nesse mesmo sentido, Viégas (2004, p.5) menciona que “a linguagem é um meio de comunicação que se realiza por meio de sinais que são representados por palavras, frases ou gestos. Surgiu na pré-história, com o desenvolvimento do cérebro e das faculdades mentais”.

Dondis (2007, p.14) nos lembra que a palavra grega *logos*, “que designa linguagem, inclui também os significados paralelos de ‘pensamento’ e ‘razão’ na palavra inglesa que dela deriva, *logic*”. Santaella

(2005b), baseada na fenomenologia e semiótica peircianas, aponta para a relação inseparável entre linguagem e pensamento. Uma vez que, de acordo com Peirce, todo pensamento se dá em signos, Santaella (2005b, p.56) elucida que, para que a ponte entre pensamento e linguagem fique mais evidente, precisamos “considerar que os signos podem ser internos ou externos, ou seja, podem se manifestar sob a forma de pensamentos interiores ou se alojar em suportes ou meios externos, materiais” (Santaella, 2005b, p.56).

Nesse mesmo sentido, Viégas (2004, p.7) aponta que a linguagem “é o instrumento ao qual o homem modela seus pensamentos, emoções, sentimentos”, além de ser “um sistema de signos capaz de produzir um número ilimitado de signos”, os quais traduzem os fatos da consciência. Também para Santaella (2003, p.127), “é através da linguagem que o ser humano se constitui como sujeito e adquire significância cultural<sup>10</sup>”. Já Lévy (2003, p.98) conclui que “nossa inteligência possui uma dimensão coletiva porque somos seres de linguagem”.

Levando-se em consideração as relações entre pensamento e linguagem, Ferrara (2002, p.37) menciona que

o pensamento se constrói na construção da linguagem. Nosso exercício de conhecimento está ligado às linguagens de que dispomos para o exercício do jogo reflexivo da razão, ou seja, linguagem é o outro nome para a mediação indispensável ao conhecimento do mundo. Os sistemas de signos medeiam nossa relação com o mundo, mas, de outro lado, contaminam esse conhecimento com as características produtivas que os concretizam: estruturas sensíveis, tecnológicas, lógicas, poderes e limites.

Quando dizemos linguagem, como bem lembrou Santaella (2001, apud Niemeyer, 2003, p.3), “queremos nos referir a uma gama incrivelmente intrincada de formas sociais de comunicação e de significação” que inclui a linguagem verbal, a linguagem não-verbal e a linguagem sincrética (formada por códigos de naturezas distintas). Nossa abordagem do termo *linguagem* é aquela que se apresenta como uma das acepções possíveis para o termo trazidas pelo *Novo Dicionário Eletrônico Aurélio*:

8. E. Ling. Todo sistema de signos que serve de meio de comunicação entre indivíduos e pode ser percebido pelos diversos órgãos dos sentidos, o que leva a distinguir-se uma linguagem visual, uma linguagem auditiva, uma linguagem tátil, etc., ou, ainda, outras mais complexas, constituídas, ao mesmo tempo, de elementos diversos.

Partindo das noções supracitadas e do pressuposto que a atividade do designer consiste em projetar “objetos de uso e sistemas de comunicação<sup>11</sup>”, portanto, lidar com signos e com sistemas de significação, podemos afirmar que Design é uma linguagem. Desde já reafirmamos que “a concepção do Design como linguagem não é aquela que o pensa como simples suporte para a transmissão de informações, mas a que o admite, conforme a perspectiva pragmática, como forma de ação” (Nojima, 2008b, p.10).

No design, os processos de significação estão envolvidos numa relação mediadora com a construção da linguagem dos produtos projetados. O sucesso da ação do designer está diretamente vinculado à materialização de suas idéias em produtos, que, pelas possibilidades de *uso*, gerem significação. Essa manifestação semiótica confere à construção dos significados e, conseqüentemente, à apreensão dos efeitos que esses possam produzir, a comunicabilidade exigida e desejada (Nojima, 2008a, p.84, grifo da autora).

De acordo com Ferrara (2002, p. 6-7), são várias as

modalidades produtivas do design que se entende como fenômeno da linguagem onde encontram e atrimam a arquitetura, a cidade, o desenho industrial de objetos, o design gráfico, a comunicação e a programação visual influenciados tanto pela complexa realidade global que atinge todos os espaços como, sobretudo, pela multiplicidade visual da imagem no mundo informatizado.

Nojima (2006, p.124) assinala que, “assim, como um acontecimento de linguagem, são construídos os significados que modelam e orientam, retificam e reorientam os mais diversos discursos dos produtos resultantes do Design”. A autora, em seu artigo intitulado *Os estudos das linguagens como apoio aos processos metodológicos do Design*, deixa bastante claro o quão útil pode ser o estudo das linguagens para o

campo do Design, principalmente quando se trata dos seus aspectos comunicativos e de produção de significados.

Uma vez que concordamos com Nojima (2006, p.129) quando aponta que “a tarefa do designer é traduzir as distintas funções de produto em signos, de maneira que possam ser compreensíveis pelo usuário em potencial”, acreditamos que o estudo do Design baseado em princípios semióticos e comunicacionais, levando-se em conta as linguagens empregadas em sua produção, apresenta-se como um percurso teórico e metodológico pertinente para sua abordagem epistemológica.

### **Comunicação e Semiótica: aportes teóricos para o estudo do Design como fenômeno de linguagem**

Na abordagem do Design como fenômeno de linguagem não se pode desprezar o estudo da Comunicação e da Semiótica. Encontramos respaldo para essa nossa afirmação nas palavras de Quarante (2001, apud Nojima, 2006, p.124) quando afirma que, no Design, não se pode pensar em concepção de produto sem uma intenção de comunicação. Frascara (2002, p.34), ao escrever sobre as relações do Design com as ciências sociais, a partir de uma outra abordagem para a comunicação, propõe que ela seja o meio para se atingir uma negociação entre designers e os interessados nos artefatos<sup>12</sup>.

Também, de acordo com Niemeyer (2003, p.16),

a semiótica aplicada ao projeto introduz aportes para resolver questões decorrentes da preocupação da comunicação do produto do design. Esta teoria fornece base teórica para os designers resolverem as questões comunicacionais e de significação e tratar do processo de geração de sentido do produto – a sua semiose. (...) Ademais, a semiótica aponta parâmetros específicos de design para a avaliação. São também indicadores de um bom design o conforto, a segurança, a identidade e a significação proporcionados pelo produto ao seu destinatário.

Vislumbramos, assim, que a Comunicação e a Semiótica são aportes teóricos intrínsecos ao estudo do Design, se abordado como um fenômeno de linguagem. Mas, antes de mencionarmos a real contribuição da Comunicação e a Semiótica para um estudo do Design, se faz necessário evidenciar nosso entendimento sobre as conceituações de ambas.

De acordo com Santaella (2006, p.16) “não são poucos os autores que têm colocado ênfase na pluralidade dos fenômenos que podem ser chamados de comunicacionais e na conseqüente polissemia do termo ‘comunicação’”. A partir da verificação dos traços comuns a várias definições para o termo, a autora extrai a seguinte definição ampla e geral de comunicação que assim se expressa: “a transmissão de qualquer influência de uma parte de um sistema vivo ou maquinal para uma outra parte, de modo a produzir mudança” (Santaella, 2006, p.2). A autora ainda esclarece que essa influência referida se dá por meio da transmissão de mensagens. Assim, constata-se que a Comunicação se ocupa com os processos de produção e consumo de mensagens.

Já a Semiótica, de acordo com Nojima (2008a, p.221), “é uma disciplina do domínio da comunicação que tem por objeto a linguagem entendida como um sistema estruturado de signos”. Eco (1977, p.21) afirma que a semiótica é “uma técnica de pesquisa que consegue dizer-nos de um modo bastante exato como funcionam a comunicação e a significação”.

A origem da palavra Semiótica está na raiz grega *semion*, que quer dizer “signo”. De forma bastante ampla, pode-se dizer que Semiótica é a ciência dos signos (Santaella, 2001, p.7). Segundo Silva (1985, p.28), “pode-se considerar correto atribuir a Peirce e a Saussure a progenitura da semiologia ou semiótica organizada, nos termos hoje conhecidos”. No entanto, neste artigo, privilegiamos os estudos semióticos de matriz peirciana, para a qual a semiótica é um outro nome para lógica. De acordo com Peirce (1977, p.46) “em seu sentido geral, a lógica é [...] apenas um outro nome para *semiótica* (*σημειωτική*), a quase-necessária, ou formal, doutrina dos signos”. Também, de acordo com Nöth (1998, p.66), “Peirce diz que ‘semiótica é a doutrina da natureza essencial e variedades fundamentais de semiose possível’”.

Segundo Niemeyer (2003, p.19),

os signos se organizam em códigos, constituindo sistemas de linguagem. Estes sistemas constituem a base de toda e qualquer forma de comunicação. A principal utilidade da semiótica é possibilitar a descrição e a análise da dimensão representativa (estruturação sógnica) de Objetos, processos ou fenômenos em várias áreas do conhecimento humano.

Conforme menciona Nojima (1999, p.17), “o processo de semiose está centrado na dinâmica dialógica<sup>13</sup> da linguagem, pela qual a comunicação se realiza através dos seis fatores básicos que a sustentam”: o emissor, o receptor, a mensagem, a referência, o código e o canal. Sendo que, de acordo com as conceituações de Farbiarz e Nojima (2006, p.66-67, grifos dos autores), “o *código* corresponde ao conjunto de sinais, chamados signos, perceptíveis ao receptor, e às regras de sua organização, sua ‘sintaxe’. O *canal* é o caminho percorrido pelos signos da emissão à recepção no processo de representação da mensagem”.

Ainda, segundo Nojima (2006, p.126), “os fundamentos da semiótica, por seu turno, possibilitam verificar os processos da construção, produção e compreensão dos enunciados, expressos por sinais perceptíveis, chamados signos”. A semiótica, de acordo com Walther-Bense (2000, p.85), “investiga explicitamente todos os signos, as relações e os processos sógnicos, que são usados implícita, intuitiva e automaticamente” em qualquer manifestação da linguagem humana.

De acordo com Niemeyer (2003, p.14), “a semiótica ilumina o processo no qual se dá a construção de um sistema de significação”. A autora também afirma que, “desse modo, o produto de design é tratado como portador de representações, participante de um processo de comunicação”. Podemos entender o Design, então, como meio para se produzir signos ou sistemas de signos, os quais entram em circulação no mundo via processos de semiose. Sob essa nossa perspectiva, o Design deve ser visto como uma linguagem e, para a sua abordagem, tanto a Comunicação quanto a Semiótica oferecem um aporte teórico fundamental.

### **Considerações Finais**

Conforme sabemos, as conceituações para Design são múltiplas e estão em aberto. A epistemologia do Design, se possível, ainda está por fazer. Arte, Ciência ou Tecnologia? Interdisciplinar e transversal! Flusser (2007) escreve sobre o *Design como teologia*. Para nós, é uma forma simbólica. São múltiplas as abordagens. Nossa abordagem foi a do Design como fenômeno de linguagem.

Parece-nos que, pelo menos por enquanto, tudo pode. Assim é o caminho da pesquisa: criativo. Cremos que a busca pelo o que é o Design é legítima, urgente e necessária. E nessa tarefa, não estamos isentos de cometer algum equívoco. Preferimos cometer os equívocos à completa passividade diante do desconhecido.

O que apresentamos neste artigo foi uma busca por um caminho possível para se abordar o Design, a qual está aberta para as críticas e para novos desdobramentos. O que se pode apreender, e que tentamos evidenciar, é que o Design é uma linguagem. No entanto, conforme se pode constatar, (talvez seja essa uma lacuna deste trabalho), não tivemos por objetivo examinar as bases de uma linguagem do Design.

Assim como escreveu Coelho Netto (2002, p.15), acerca da busca por uma linguagem da arquitetura, não deixaremos de dar razão aos mais exigentes, como os semiólogos, que poderão dizer que não é suficiente falar numa linguagem sem provar sua real existência. No entanto é preciso evidenciar que não buscamos demonstrar que o Design é uma linguagem com estruturas semelhantes às da linguagem verbal, dotado de articulações e unidades combináveis.

Tratamos do Design como uma convenção, uma linguagem que teve seu advento dentro de um contexto espaço-temporal definido, portanto, ideologicamente informado. Tratamos do Design como uma forma simbólica, como uma mediação intelectual pela qual se passa nossa compreensão do mundo. Parece-nos que **ter** e **ser** design tornou-se condição *sine qua non* da contemporaneidade. E, nesse sentido, parafraseando Dondis (2007, p.14), apenas substituindo a palavra “linguagem” por “design”, parece-nos ser pertinente afirmar que o design ocupou uma posição única no aprendizado humano, pois tem funcionado como meio de

armazenar e transmitir informações, veículo para intercâmbio de idéias e meio para que a mente humana seja capaz de conceituar.

<sup>1</sup> Uma versão preliminar deste artigo foi apresentada como requisito parcial para aprovação na disciplina *Epistemologia do Design* (ART2011), oferecida pelo Programa de Pós-Graduação em Design, do Departamento de Artes e Design, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, cursada durante o segundo semestre de 2008 e lecionada pela Profa. Dra. Denise Portinari.

<sup>2</sup> Embora esse fragmento do poema *Todo dia é dia de design*, de Guto Lins, não revele, claramente, o design como processo ou ação, ou seja, como verbo, mas sim como objeto, como coisa, como substantivo, ele contribui para refletirmos sobre o nosso modo de ver os objetos de uso e os sistemas de informação e comunicação, os quais só podem ganhar existência via processos de design. O poema traz ainda mais uma contribuição: se tudo é design, “afinal, o que é design?”.

<sup>3</sup> Couto (1997) aborda, em sua tese de doutorado, as questões relacionadas à natureza e à vocação interdisciplinar do Design. De acordo com a autora, “a chamada ‘vocação interdisciplinar do Design’ tem povoado o discurso daqueles que, em alguma medida, entendem esta área como propícia ao trabalho conjunto com outras áreas de conhecimento” (Couto, 1997, p.49). Também, de acordo com Coelho (2008, p.206), “costuma-se atribuir ao design a natureza interdisciplinar, justamente porque a atividade cruza diferentes práticas profissionais e conhecimentos teóricos de diferentes naturezas”.

<sup>4</sup> De acordo com Bomfim (2001, p.52, grifos nossos), o design é “uma praxis que procura seguir princípios de **diversas ciências** na determinação da figura dos objetos”.

<sup>5</sup> Essa abordagem diz respeito ao referencial teórico com o qual o autor vem trabalhando e, mais especificamente, à sua linha de pesquisa, intitulada *Design: comunicação, cultura e arte*. Destaca-se que o autor é membro do *Núcleo de Estudos da Semiótica nas Relações Transversais do Design – TRIADES*, o qual está alocado no *Laboratório da Comunicação no Design – Design LabCom*, no Departamento de Artes e Design da PUC-Rio.

<sup>6</sup> Diante da passividade e da ousadia em enfrentar esse tema, optamos pela ousadia. E, para tanto, buscamos inspiração em Peirce (1980, p.99) quando afirmou, referindo-se à Teoria Semiótica, que “se tivesse a pretensão de ditar o comportamento alheio neste assunto, estaria já infringindo a primeira das regras. Mas vou desenvolver razões cuja força eu sinto, e, então, é presumível que pesem para outras pessoas”.

<sup>7</sup> As formas de o homem se relacionar com o mundo são, de acordo com Cassier, a linguagem, o mito e o conhecimento (ciência como forma simbólica de nosso conhecimento de mundo), e a arte, uma modalidade particular de simbolização.

<sup>8</sup> Definir *design* como projeto ou planejamento torna-se possível ao abordarmos o termo a partir de um ponto de vista etimológico. A palavra inglesa *design*, que significa genericamente “planejamento”, é de origem latina, *designare*.

<sup>9</sup> Parte das questões apresentadas nesta seção foram abordadas na dissertação de mestrado de Braida (2007).

<sup>10</sup> Conforme apontam Farbiarz e Nojima (2006, p.64), “a linguagem se apresenta circunscrita em um contexto social, e não apenas restrita ao discurso e a seus interlocutores” e é “desse contexto abrangente que ela retira e recoloca elementos e valores comunicacionais”.

<sup>11</sup> De acordo com Bomfim (1997, p.28), os “produtos” do design são os objetos de uso e os sistemas de comunicação.

<sup>12</sup> De acordo com Frascara (2002, p.34, tradução nossa), “o processo de comunicação deveria ser visto como um processo de negociação em que a posição do sujeito responsável pela origem da informação e a do intérprete entrasse em contato buscando um terreno comum”.

<sup>13</sup> Santaella (2004b, p.169) escreve que, para a compreensão do dialogismo peirciano, “o ponto de partida está na noção de semiose ou ação do signo, a noção de signo como processo”.

## Bibliografia

ARGAN, G C. A história na metodologia do projeto. **Revista Carmelo**, n.6, São Paulo: FAU/USP, 1992, p.156-170.

AUMONT, J. **A imagem**. Campinas, SP: Papirus, 1993.

BOMFIM, G A. **Algumas palavras**. 2005. 13 p. (Inédito).

\_\_\_\_\_. (1994). Sobre a possibilidade de uma Teoria do design. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, edição especial, jan. 2001, p.51-57.

\_\_\_\_\_. Fundamentos de uma Teoria Transdisciplinar do Design: morfologia dos objetos de uso e sistemas de comunicação. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, dez. 1997, p.27-41.

BRAIDA, F. **Um estudo da semiose do design nos sites oficiais das capitais do sudeste brasileiro**. 2007. Dissertação (Mestrado em Design) – Programa de Pós-Graduação em Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

CAMPOS, J L de. **Do simbólico ao virtual: a representação do espaço em Panofsky e Francastel**. São Paulo: Perspectiva; Rio de Janeiro: UERJ, 1990.

- COELHO, L A (org.). **Conceitos-chave em design**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, Novas Idéias, 2008.
- COELHO NETTO, J T. **A construção do sentido na arquitetura**. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- COUTO, R M de S. **Movimento interdisciplinar de designers brasileiros em busca de educação avançada**. 2007. Tese (Doutorado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997.
- DEFORGES, Y. Por um design ideológico. **Estudos em design**, v. v, n.2, Rio de Janeiro: AEND, 1994, p.15-22.
- DONDIS, D A. **Sintaxe da linguagem visual**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- ECO, U. **O signo**. Lisboa, Portugal: Editorial Presença, 1977.
- FARBIARZ, A; FARBIARZ, J L; NOJIMA, V L dos S. Os quatro ventos da comunicação. In: COELHO, L A. (org.). **Design método**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006. p.64-86.
- FERRARA, L D'A. **Design em espaços**. São Paulo: Edições Rosari, 2002.
- FERREIRA, A B de H. **Novo Dicionário Eletrônico Aurélio**. São Paulo: Editora Positivo, 2004. (CD-ROM).
- FLUSSER, V. **O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação**. [Organizado por Rafael Cardoso]. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FRASCARA, J (edit.). **Design and Social Sciences: making connections**. Londres: Taylor & Francis, 2002.
- FORTY, A. **Objetos do desejo: design e sociedade desde 1750**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- JAPIASSU, H. **As paixões da ciência: estudos de história das ciências**. São Paulo: Letras & Letras, 1991.
- LEITE, J de S. Design é uma atividade projetiva. In: **Design'20 – Formas do olhar**. Rio de Janeiro: Santander Cultural, 1997. (Catálogo).
- LÉVY, P. **O que é o virtual?**. 6 reimp. São Paulo: Ed. 34, 2003.
- LINS, G. Todo dia é dia de design. In: **Design'20 – Formas do olhar**. Rio de Janeiro: Santander Cultural, 1997. (Catálogo).
- MILLER, W R. (1988). A definição de design. In: **Design'20 – Formas do olhar**. Rio de Janeiro: Santander Cultural, 1997. (Catálogo).
- NIEMEYER, L. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
- NOJIMA, V L M dos S. Comunicação e leitura não verbal. In: COUTO, R M de S, OLIVEIRA, A J (org.). **Formas do Design: por uma metodologia interdisciplinar**. Rio de Janeiro: 2AB, 1999.
- \_\_\_\_\_. Os estudos das linguagens como apoio aos processos metodológicos do Design. In: COELHO, L A. (org.). **Design método**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Teresópolis: Novas Idéias, 2006. p.123-134.
- \_\_\_\_\_. Semiótica. In: COELHO, L A. (org.). **Conceitos-chave em design**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, Novas Idéias, 2008a, p.221-224.
- \_\_\_\_\_. Significado. In: COELHO, Luiz Antonio (org.). **Conceitos-chave em design**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, Novas Idéias, 2008a, p.82-85.
- \_\_\_\_\_. **Triades**. Rio de Janeiro, 2008b. (Inédito).
- NÖTH, W. **Panorama da semiótica: de Platão a Peirce**. 2 ed. São Paulo: Annablume, 1998.
- PANOFSKY, E. **La perspective comme forme symbolique**. Paris: Minuit, 1975.
- PEIRCE, C S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1977.
- SANTAELLA, L. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. 2 reimp. São Paulo: Hacker Editores, 2006.
- \_\_\_\_\_. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.
- \_\_\_\_\_. **O que é semiótica**. 17 reimp. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?**. São Paulo: Paulus, 2005a.
- \_\_\_\_\_. **Semiótica aplicada**. 2 reimp. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005b.
- SANTAELLA, L; NÖTH, W. **Comunicação e semiótica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.
- SILVA, E. **Arquitetura & Semiologia: notas sobre a interpretação lingüística do fenômeno arquitetônico**. Porto Alegre: Sulina, 1985.
- VIÉGAS, R F. **Guia para estudos da linguagem: comunicação e semiótica**. São Paulo: Unimarco Editora, 2004.
- WALTHER-BENSE, E. **A teoria geral dos signos**. São Paulo: Perspectiva, 2000.