

Aspectos semióticos da linguagem híbrida do design

Frederico Braidá

Arquiteto e urbanista diplomado pela Universidade Federal de Juiz de Fora, Mestre em Urbanismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, com intercâmbio para Universidad de Belgrano (Buenos Aires, Argentina), Mestre, Doutor e Pós-Doutor em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Professor Adjunto do Departamento de Projeto, Representação e Tecnologia da Arquitetura e do Urbanismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (DPRT/UFJF). Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Ambiente Construído (PROAC/UFJF). É líder do Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões da Arquitetura, do Urbanismo e do Design (LEAUD).

frederico.braidá@uff.edu.br

Vera Lúcia Nojima

Designer diplomada pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Mestre em Engenharia de Produção pelo Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (COPPE/UFRJ), Doutora em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo (USP). É docente da Graduação e do Programa de Pós-Graduação em Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e coordena o Laboratório de Comunicação no Design – LabCom. É líder do Grupo de Estudos Design – Linguagens – Transversalidade – Tríades e editora o periódico científico Tríades em Revista.

nojima@puc-rio.br

Uma premissa: design é linguagem

Inicialmente, para que se possa abordar os aspectos semióticos da linguagem híbrida do design, é preciso aceitar a premissa de que design é linguagem¹. Na realidade, já não há muita dúvida sobre a afirmação de que a pintura, a escultura, a arquitetura, a poesia e a música, assim como as artes visuais em geral, sejam linguagens. Assim, também, por extensão, não há muito que discordar quando se afirma que design é linguagem. No entanto, se por um lado, a aceitação de tais manifestações como linguagens é generalizada, por outro, as abordagens empreendidas, em diversas situações, não têm superado um enfoque metafórico verbal.

A tradição de tais abordagens metafórico-linguísticas evidencia a supervalorização do signo verbal em nossa cultura, ainda que não se cansem de propagar aos quatro ventos que vivemos em um mundo de imagens, na era da cultura iconográfica. O que diversos autores ainda insistem em propor, ao abordar sistemas signícos não verbais como linguagens, é buscar compreender tais códigos em analogia rigorosa ao sistema linguístico.

Porém, ao aceitar o design como fenômeno de linguagem, devemos admitir uma noção ampliada do vocábulo “linguagem”, a qual não o equipare a “língua”, mas sim “como um fenômeno semiótico lato, o qual engloba as línguas (linguagens verbais), mas é manifestação de algo mais geral, abarcando, inclusive, os signos não verbais” (BRAIDA e NOJIMA, 2014a, p.33). Essa noção apresenta-se suficientemente adequada e pertinente para um estudo epistemológico do design, sobretudo quando se considera os aspectos comunicacionais e semióticos de seus produtos/objetos.

Ressaltamos que Santaella (1996, p. 314) afirma que “onde houver algum tipo de ordem, codificação, transmissão de informação, processo de comunicação, aí haverá linguagem”. Portanto, se considerarmos que o Design concebe produtos e serviços a partir de sistemas de ordenamento e codificação, de processos de comunicação e de transmissão de informação, é legítima a afirmação de que design é linguagem.

É justamente essa premissa que tem fundamentado as pesquisas que desenvolvemos, no âmbito do Grupo de Estudos Design – Linguagens – Transversalidade, vinculado ao Laboratório de Comunicação no Design (Design LabCom), do Programa de Pós-Graduação em Design, da Pontifícia

1. Uma ampla abordagem sobre o design como fenômeno de linguagem é realizada pelos autores no livro intitulado “Por que design é linguagem?”. Ver Braida e Nojima (2014a).

Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Também é a partir dessa premissa que o presente trabalho se desenvolveu.

A linguagem híbrida do design

Conforme explicitado na tese de doutorado de Frederico Braida, sob orientação de Vera Lúcia Nojima e Monica Moura, intitulada “A linguagem híbrida do design: um estudo sobre as manifestações contemporâneas”², o vocábulo “híbrido” pode ser considerado uma categoria analítica na contemporaneidade, sobretudo porque tem se mostrado relevante no contexto de diversas ciências, como, por exemplo, na biologia (lugar de origem do termo), na linguística, nas artes, na antropologia, na sociologia ou nos estudos culturais.

De fato, o termo híbrido e suas variações (hibridação ou hibridização) têm sido francamente utilizados como uma categoria contemporânea, principalmente na tentativa de superação das conceituações que operavam através de pares dialéticos e que não contemplavam a existência de um universo de misturas possíveis (NOJIMA, BRAIDA e MOURA, 2014, p. 73-74). O que se revela é a adoção do “hibridismo” como um conceito contemporâneo, voltado para a compreensão de uma sociedade de multiplicidade, de misturas e de convergências, na qual tudo, potencialmente, se hibridiza: as culturas, as comunicações, as linguagens, os signos etc.

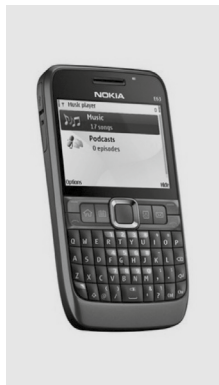
Também no campo do design, seja no âmbito acadêmico ou no meio profissional (se é que possamos ou devemos separá-los), o hibridismo tem se manifestado sob diversas faces. Basta olharmos ao nosso redor e perceberemos a existência de uma grande quantidade de produtos que se configuram como multiformes e a partir de múltiplas linguagens, portando, cada vez mais, geradores de múltiplos significados e, logo, apresentando-se como multifuncionais ou multiusos. São todos produtos que, tais como um *smartphone*, independentemente da modalidade de design a que possam pertencer (design de moda, de produtos, gráfico, de interior, digital, urbano, de joias etc.), carregam características que lhes possibilitam ser chamados de “híbridos”.

Para além dos *smartphones*, temos um universo de produtos do design que podem ser considerados híbridos (FIG. 1). A própria hipermedia, a linguagem das mídias digitais, cuja composição se dá a partir da reunião potencial de sons, imagens e textos, faz com

2. Ver Braida (2012).

que o design de hipermídia e todos os seus produtos sejam híbridos. As misturas inusitadas de signos que despertam vários sentidos também se apresentam como uma constante, como no caso das sandálias Melissa, as quais possuem um cheiro característico de um *mix* de chicletes com balas de goma e pirulitos, misturando signos visuais, táteis e olfativos. Mais especificamente, pode-se mencionar a sandália Melissa Ultragirl, da designer inglesa J. Maskrey, a qual é um exemplo clássico de hibridismo dos materiais, uma vez que se trata de um produto resultante de uma mistura entre a banalidade do plástico com a sofisticação dos cristais Swarovski.

1.



2.



3.



4.



5.

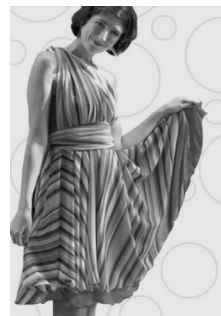


FIGURA 1 – Produtos híbridos

FONTES:

1. SmartPhone Nokia E63. Disponível em: <<http://www.fayerwayer.com.br/wp-content/uploads/2009/06/nokia-e63-business-smartphone.jpg>>. Acesso em: 02 jan. 2012.
 2. Homepage do site (em português) dos irmãos Campana. Disponível em: <http://www.Campana.com.br/home_br.html>. Acesso em: 10 jan. 2012.
 3. Sandália Melissa Ultragirl, da designer inglesa J. Maskrey. Disponível em: <http://www.melissa.com.br/uploads/produtos_has_cores/94249218f3fa59ab61753_c6dde266doe.jpg>. Acesso em: 10 jan. 2012.
 4. iPanda. Disponível em: <<http://www.mundotecnico.info/wp-content/uploads/2011/05/caixa-de-som-ipanda-amethyst.jpg>>. Acesso em: 08 ago. 2011.
 5. Saia-Vestido-Blusa da loja Diversa. Disponível em: <<http://www.dversa.com.br/>>. Acesso em: 10 jan. 2012.
-

São vastos, também, os exemplos de objetos de difícil definição, pois são híbridos de design e arte, ou porque, desde sua concepção e configuração, o aspecto estético sobressai mais do que o funcional, como, por exemplo, o iPanda, uma espécie de caixa de som (*speaker*), um MP3 *player*, que possui um *dock* para iPod ou iPhone, cuja aparência é a de uma cara de um urso panda. Ou, ainda, é possível encontrar no mercado peças de roupas que podem se transformar em saias, vestidos, batas etc., de acordo com a vontade do usuário, porque foram projetadas para atender a esse caráter plural.

Constatamos, pois, que o hibridismo, em todas as suas manifestações possíveis, é inerente ao design. Ou seja, existe uma linguagem híbrida subjacente à produção de todo e qualquer objeto do campo do design. No entanto, como dar conta da gama variada de hibridismos existentes? É justamente a esta pergunta que este texto pretende responder.

Pressupostos teóricos da linguagem híbrida do design

São três as formulações teóricas (ou conjunto de teorias), de fundamentação semiótico-peirceana, que têm se estruturado dentro do campo específico do design e que dão lastro à compreensão da linguagem híbrida do design³. Em primeiro lugar, podemos falar na(s) teoria(s) vinculada(s) à tríade forma, significado e função, tão propagada(s) por diversos pesquisadores e autores do campo. Em segundo lugar, destaca-se a teoria sobre as dimensões semióticas do design (sintática, semântica e pragmática), oriunda das dimensões semióticas da linguagem propostas por Morris (1970) e abordadas, no design, por exemplo, por Quarante (1994), Gomes Filho (2006), Niemeyer (2003) e Braidia e Nojima (2014b). Por fim, em terceiro lugar, contribui para a evidenciação da constituição da

3. Uma explanação sobre essas teorias pode ser encontrada no livro intitulado "Tríades do design: um olhar semiótico sobre a forma, o significado e a função". Ver Braidia e Nojima (2014b).

linguagem híbrida do design a teoria sobre as funções dos produtos (estética, simbólica e prática) levada a cabo por Löbach (2007), fundamentada nas abordagens das funções da arte elaboradas por Mukarovský (1993).

Sobre o hibridismo entre forma, significado e função, verificamos que ele está presente em grande parte das conceituações levadas a cabo sobre design na contemporaneidade. A conceituação de design proposta por Heskett (2008, p. 13, grifos nossos), por exemplo, traz subjacente tal hibridismo ao afirmar que “o *design*, em sua essência, pode ser definido como a capacidade humana de dar *forma* ao ambiente em que vivemos de maneira nunca antes vista na natureza, para *atender às nossas necessidades* e dar *sentido* à vida”. Esta é, portanto, a tríade do design: forma, significado e função, a qual encontra correspondência direta com a tríade peirceana das categorias fenomenológicas universais (primeiridade, secundidade e terceiridade), ou, ainda, em relação aos elementos do signo (representamen, objeto e interpretante) (PEIRCE, 1977).

Embora, ao projetarmos um objeto, seja possível colocar uma ênfase em um dos três elementos da tríade, na prática, essa divisão inexistente. De acordo com Quarante (1994, p. 291), por exemplo, quando se tem a maior ênfase na forma, pode-se falar em formalismo; quando se valoriza o aspecto semântico, o significado do produto, tem-se a noção de estilização; por fim, quando a função ganha maior destaque que a forma e o significado, aproxima-se do funcionalismo. Também, de acordo com Walther-Bense (2000, p. 91), Max Bense apresenta três teorias nas quais se podem apoiar os objetos de design: (1) teorias tecnológico-construtivas; (2) teorias semiótico-comunicativas; e (3) teoria teleológico-pragmática. Verifica-se que tais teorias são evidenciadas a partir da referência direta, respectivamente, aos elementos da tríade do design: forma, significado e função.

Mesmo que se possa acentuar, adotando-se uma postura analítica, o olhar isolado sobre a forma, o significado ou a função, deve-se ressaltar que esses elementos caracterizam-se como um todo imbricado, influenciando-se e redefinindo-se mutuamente.

Quando relacionados às categorias peirceanas de primeiridade, secundidade e terceiridade, tal interdependência sobressai, pois de acordo com Peirce (1980)

as categorias não podem ser dissociadas umas das outras na imaginação (nem das outras ideias). A categoria do primeiro pode ser

prescindida do segundo e do terceiro, e o segundo prescindido do terceiro. Mas o segundo não pode ser prescindido do primeiro, nem o terceiro do segundo (PEIRCE, 1980, p. 97),

Considerando a tricotomia dos signos, suas relações e as dimensões da semiose propostas por Morris (1970), alguns autores, ao aplicar as teorias semióticas no campo do design, têm apontado a existência de três dimensões semióticas nos objetos. De acordo com Quarante (1994, p. 278, tradução nossa), “transposto e simplificado à análise de um objeto ou de um produto, considerado como portador de signos”, tem-se a dimensão sintática, a dimensão semântica e a dimensão pragmática. São essas dimensões que Nadin (1990, p. 6) afirma terem-se tornado familiares e importantes para o campo do design.

A dimensão sintática diz respeito à aparência dos objetos, à sua estrutura, como as partes se relacionam para compor tal objeto, abrangendo os aspectos técnicos, as texturas, as cores, enfim, tudo o que se relaciona com a materialidade da forma. Já as questões expressivas e representacionais dizem respeito à dimensão semântica, a qual envolve o processo de relacionamento do objeto com a coisa significada. É levando em conta a dimensão semântica que o design molda nossa percepção de como os objetos devem ser compreendidos (SUDJIC, 2010, p. 51). Por fim, a dimensão pragmática envolve o destino dos produtos, incluindo todo o seu ciclo de vida, as funções e os modos de uso.

Assim como a tríade do design, forma, significado e função, apresenta-se, em última instância, como um todo indivisível, também o são as três dimensões semióticas dos produtos. De acordo com Quarante (1994, p. 277), as três dimensões do produto são amplamente dependentes umas das outras, posto que Morris (1970) já havia evidenciado a interdependência das relações diádicas da semiose.

Por fim, associadas à tríade forma, significado e função e às dimensões semióticas da linguagem e dos produtos do design (compreendidos como linguagem) estão as funções dos produtos: estética, simbólica e prática, propostas por Löbach (2007). De acordo com Löbach (2007, p. 55), “no processo de utilização se satisfazem as necessidades do usuário dotando-se o produto de certas funções”. Portanto, é mediante o emprego do conceito de função que o mundo dos objetos se faz mais compreensível para o homem (LÖBACH, 2007, p. 54). Ainda, de acordo com Löbach (2007, p. 54), “os

aspectos essenciais das relações dos usuários com os produtos industriais são as funções dos produtos, as quais se tornam perceptíveis no processo de uso e possibilitam a satisfação de certas necessidades” (LÖBACH, 2007, p. 54).

No entanto, embora relacionada diretamente à dimensão pragmática, haja vista pertencer à categoria universal da terceiridade, as funções do produto também se relacionam com a dimensão sintática, quando se apresenta como função estética, e com a dimensão semântica, quando se trata de função simbólica. A função estética está atrelada à configuração e à aparência do produto. “*A função estética é a relação entre um produto e um usuário no nível dos processos sensoriais. A partir daí podemos definir: A função estética dos produtos é um aspecto psicológico da percepção sensorial durante o seu uso*” (LÖBACH, 2007, p. 60, grifos do autor). Já a função simbólica é aquela que “é determinada por todos os aspectos espirituais, psíquicos e sociais do uso” (LÖBACH, 2007, p. 64). Ou seja, “um objeto tem função simbólica quando a espiritualidade do homem é estimulada pela percepção deste objeto, ao estabelecer ligações com suas experiências e sensações anteriores” (LÖBACH, 2007, p. 64). Por fim, Löbach (2007, p.58) postula que “são funções práticas todas as relações entre um produto e seus usuários que se situam no nível orgânico-corporal, isto é, fisiológica”. A função prática é aquela que, de fato, aproxima-se mais da noção *stricto sensu* de função, relacionando-se, portanto, com a pragmática dos produtos.

De acordo com Bonsiepe (1991 *apud* BÜRDEK, 2006, p. 287), “não se percebe que as funções nada mais são do que distinções linguísticas feitas por um observador. As funções não estão nos produtos e sim na linguagem”. Portanto, podemos associar cada uma das funções do produto às dimensões semióticas da linguagem do design, assim esquematizados (Quadro 1):

DIMENSÕES SEMIÓTICAS DA LINGUAGEM	ELEMENTOS DO DESIGN	FUNÇÕES DOS PRODUTOS
Sintática	Forma	Estética
Semântica	Significado	Simbólica
Pragmática	Função	Prática

QUADRO 1 – Correlação entre as dimensões da linguagem, os elementos do design e as funções dos produtos. Fonte: Braida (2012, p. 147).

Tal como a tríade forma, significado e função e as dimensões semióticas da linguagem e do design são inter-relacionadas, também as funções dos produtos coexistem de modo inseparável. Embora, na maioria dos produtos haja predominância de alguma função, em algum grau, as demais se fazem presentes, uma vez que são interdependentes. Esse reconhecimento faz com que Löbach (2007, p. 67) afirme que uma das possibilidades de configuração dos produtos é aquela que leva em consideração a *estética simbólico-funcional*, ou seja, aquela que articula as três funções tal como coexistem: inseparáveis.

Três tipos principais de hibridismo no design

A partir desse quadro teórico e com apoio numa análise empírica dos produtos do design, pudemos evidenciar que, no plano geral e mais abstrato, os hibridismos se dão no âmbito das dimensões semióticas das linguagens, o que valida afirmar a existência de três grandes tipos de hibridismos. É, portanto, da estrutura triádica das dimensões da linguagem (sintática, semântica e pragmática) e suas articulações com os três correlatos da tríade do design (forma, significado e função) que se propõe a tipologia da linguagem híbrida do design.

São três os principais tipos de hibridismos, dentre os quais podemos inserir todos os tipos de hibridismos existentes no campo do design: (1) hibridismo sintático, (2) hibridismo semântico e (3) hibridismo pragmático. No entanto, esses tipos apresentam subdivisões, as quais dão conta de melhor descrever todas as manifestações híbridas no design contemporâneo. Essas subdivisões referem-se aos aspectos das misturas, aos processos pelos quais originaram um determinado produto híbrido.

Destacamos, no entanto, que um mesmo produto pode pertencer a distintos tipos ou subtipos de hibridismos⁴. Isso se dá por dois motivos: o primeiro motivo se deve ao fato de as divisões dentro da tipologia proposta não serem estanques, ou seja, em muitos casos os tipos apresentam-se imbricados, embora, quase sempre, em um objeto híbrido, há um predomínio do hibridismo sintático, semântico ou pragmático; o segundo motivo se deve à própria lógica triádica utilizada para a composição da tipologia, a qual preconiza o inter-relacionamento entre forma, significado e função.

O hibridismo sintático também poderia ser designado

5. Uma descrição completa e ilustrada de todas as subdivisões de hibridismos pode ser encontrada em Braida e Nojima (2015).

como hibridismo formal, pois é o tipo de hibridismo que se manifesta na forma dos produtos. Este é um tipo de hibridismo que está sobre a dominância da primeiridade, revelando-se na dimensão mais superficial do produto, na sua aparência, realizando-se plenamente no cumprimento de sua função estética. Sob um ponto de vista mais amplo, dizemos que os produtos portadores do hibridismo sintático são multiformes. São produtos que podem sofrer variação formal, com ou sem a ação do usuário, implicando ou não em variação de significado, implicando ou não serem concebidos a partir do hibridismo de formas distintas. São subtipos do (1) hibridismo sintático: (1.1) hibridismo dos códigos; (1.2) hibridismo dos canais; (1.3) hibridismo dos materiais; e (1.4) hibridismo das técnicas ou tecnologias.

O hibridismo semântico é o tipo de hibridismo que está sob a dominância da secundidade. Este tipo manifesta-se na dimensão semântica dos produtos e se torna evidente quando do cumprimento de sua função simbólica. Embora dependa também da forma e da função, o hibridismo semântico se evidencia concretamente, no âmbito do significado dos produtos. Nesse sentido, os produtos do design, estudados sob o enfoque das comunicações, não devem ser vistos apenas como objetos de uso, mas também como portadores de múltiplos significados. No entanto, de acordo com Ferrara (2007), é pelo uso que se atingem os significados. Assim, torna-se possível ver uma nítida relação de dependência do hibridismo semântico com os hibridismos sintático e pragmático. Esta é, no plano mais abstrato, a própria lógica da ação do signo: um primeiro que se liga a um segundo com a mediação de um terceiro. São dois os tipos de (2) hibridismo semântico: (2.1) hibridismo dos arquétipos e (2.2) hibridismo dos contextos.

Por fim, o hibridismo pragmático refere-se, primordialmente, aos hibridismos que envolvem as qualidades de utilidade, funcionalidade e praticidade dos produtos, possibilitando aos usuários diversos modos de integração dos produtos no seu modo de vida. É, portanto, um tipo de hibridismo que se manifesta na dimensão pragmática dos produtos do design, por meio da função, no cumprimento da função prática dos produtos. O hibridismo pragmático diz respeito às múltiplas funções dos produtos e às suas variadas possibilidades de uso. Distinguem-se quatro tipos de (3) hibridismo pragmático: (3.1) hibridismo dos usos; (3.2) hibridismo das funções da linguagem; (3.3) hibridismo das funções práticas; e (3.4) hibridismo total.

A tipologia da linguagem híbrida do design nasce, portanto, do cruzamento de três matrizes, ou postulados teóricos, que se entrelaçam e se complementam, sendo uma delas concebida no âmbito da semiótica, transposta e aplicada por diversos autores ao estudo do design, e outras duas específicas do campo do design: (1) matriz das dimensões semióticas da linguagem; (2) matriz da tríade do design, ou dos elementos de composição dos produtos; e (3) matriz das funções dos produtos.

O quadro que segue (Quadro 2), é uma grande matriz que apresenta as correlações entre as matrizes supracitadas, das quais nasce a tipologia da linguagem híbrida do design. Conforme se pode notar, nas linhas desta malha, estão as subdivisões de cada uma das matrizes reunidas e nas colunas as classificações se correspondem, pois se enquadram dentro das três categorias universais peirceanas: primeiridade, secundidade e Terceiridade. Assim, ressaltamos que a tipologia evidenciada encontra sua fundamentação lógica na semiótica de Peirce.

	1 HIBRIDISMO SINTÁTICO	2 HIBRIDISMO SEMÂNTICO	3 HIBRIDISMO PRAGMÁTICO
CATEGORIAS UNIVERSAIS PEIRCEANAS	Primeiridade	Secundidade	Terceiridade
DIMENSÕES SEMIÓTICAS DA LINGUAGEM	Sintática	Semântica	Pragmática
FUNÇÕES DOS PRODUTOS	Estética	Simbólica	Prática
TRÍADE DOS ELEMENTOS DO DESIGN	Forma	Significado	Função

QUADRO 2 – Quadro das correlações entre as matrizes constitutivas da linguagem híbrida do design. Fonte: Braida (2012, p. 234).

A partir desse quadro, explicitamos que o hibridismo formal se apresenta no âmbito da materialidade dos produtos, em suas faces perceptivas. Trata-se de misturas que ocorrem na forma, sem uma necessária

relação com o significado e a função. O hibridismo formal diz respeito às questões e misturas qualitativas e se realiza no cumprimento da função estética dos produtos. Já o hibridismo semântico engloba os aspectos envolvidos no hibridismo sintático, uma vez que é da ordem da secundidade, relaciona-se também com questões da forma. Como o próprio nome indica, esse tipo de hibridismo atua na dimensão semântica e se manifesta concretamente nos significados, valendo-se da função simbólica dos produtos. Por fim, o hibridismo pragmático, por pertencer à terceiridade, relaciona-se com a forma e o significado, porém manifesta-se concretamente por meio das funções (práticas) dos produtos.

Ainda, de maneira diagramática, em analogia formal com a estrutura de um signo, o quadro acima pode ser representado pelo gráfico que segue (FIG. 2):

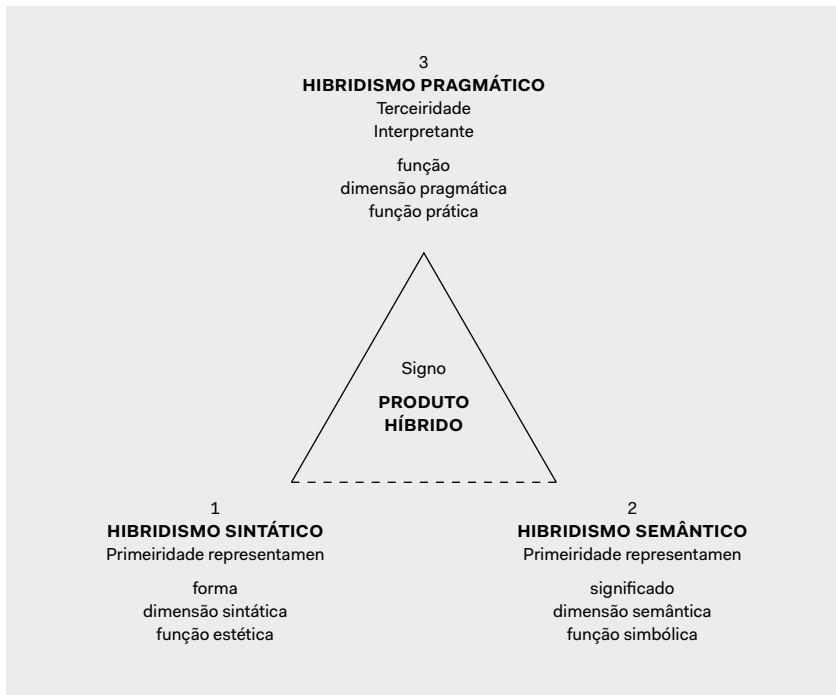


FIGURA 2 – Tipos de hibridismo e suas relações semióticas. Fonte: dos autores.

Considerações finais

À guisa de conclusão, vale assinalar que o que buscamos neste texto foi evidenciar como se manifesta a gama variada de hibridismos existentes no campo do design, ou seja, a lógica de constituição de tais hibridismos. Se, por um lado, a tipologia da linguagem híbrida do design, apresenta-se ainda dentro de um marco excessivamente teórico, cuja crítica poderia ser da sua baixa repercussão no âmbito da práxis do design, por outro, queremos frisar que tal tipologia tanto pode instrumentalizar a análise de produtos quanto deve ser entendida e explorada como uma diretriz conceitual-metodológica para o projeto de produtos híbridos.

Assim, analisados dentro do campo do design, logramos conferir que os hibridismos se manifestam através das dimensões semióticas da linguagem dos produtos, revelando-se, concretamente, por meio das formas, dos significados e das funções, e realizando-se, plenamente, no cumprimento das funções dos produtos (estética, simbólica e prática).

O *hibridismo*, transformado em categoria de análise dos produtos do design contemporâneo, revela que as manifestações híbridas no design distribuem-se segundo a lógica acima exposta, a qual se apresenta por meio de uma tipologia cujos tipos principais são: (1) *hibridismo sintático*, (2) *hibridismo semântico* e (3) *hibridismo pragmático*.

Logo, concluímos que todas as manifestações híbridas do design são decorrências de hibridismos realizados no âmbito das formas e/ou dos significados e/ou das funções, portanto, não são senão frutos de misturas sem fim e de combinações que se resumem a três tipos principais (hibridismo sintático, hibridismo semântico e hibridismo pragmático), cuja lógica delineamos neste trabalho.

Reforçamos também que a lógica de estruturação da tipologia da linguagem híbrida do design é a mesma do signo peirceano, pois como tal

atende a noções de uma primeiridade icônica, de um segundo indicial e de um terceiro a construir um símbolo, por sua vez renovável a cada novo olhar primeiro... que se pode abrir em novas percepções, com novas provocações indiciais e sugerir novas apropriações simbólicas (NOJIMA, 2008, p. 223).

Podemos afirmar, então, que a tipologia nasceu, ao longo de uma pesquisa, em decorrência de uma metodologia que se fundamenta na teoria dos signos. De acordo com Walther-Bense (2000, p. 99), “para uma aplicação significativa e frutífera da semiótica, o pressuposto é uma fundação teórica da própria teoria dos signos, tendo em vista o imprescindível controle de seus meios e métodos”.

REFERÊNCIAS

- BRAIDA, Frederico. *A linguagem híbrida do design: um estudo sobre as manifestações contemporâneas*. 2012. 297f. Tese (Doutorado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.
- BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. *A linguagem híbrida do design*. 2015. (No prelo).
- BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. *Por que design é linguagem?* Rio de Janeiro: Rio Book's, 2014a.
- BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. *Triades do design: um olhar semiótico sobre a forma, o significado e a função*. Rio Book's, 2014b.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. *Leitura sem palavras*. São Paulo: Ática, 2007.
- GOMES FILHO, João. *Design do objeto: bases conceituais*. São Paulo: Escrituras, 2006.
- HESKETT, John. *Design*. São Paulo: Ática, 2008.
- LÖBACH, Bernd. *Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais*. 1. reimp. São Paulo: Blucher, 2007.
- MORRIS, Charles William. *Foundations of the theory of signs*. Chicago: The University of Chicago Press, 1970.
- MUKAROVSKÝ, Jan. *Escritos sobre estética e semiótica da arte*. Lisboa: Estampa, 1993.
- NADIN, Mihai. Design and semiotics. In: KOCH, Walter A. *Semiotics in the individual sciences*. vol. II. Bochum: Brockmeyer, 1990. p. 418–436.
- NIEMEYER, Lucy. *Elementos de semiótica aplicados ao design*. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
- NOJIMA, Vera Lúcia. Semiótica. In: COELHO, Luiz Antonio L. (org.). *Conceitos-chave em design*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Novas Ideias, 2008. p.221–224.
- NOJIMA, Vera Lúcia; BRAIDA, Frederico; MOURA, Mônica. A contemporaneidade híbrida nas artes e no design. In: MOURA, Mônica (org.). *Design brasileiro contemporâneo: reflexões*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014. p.69–92.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Escritos coligidos*. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1980.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1977.
- QUARANTE, Danielle. *Éléments de design industriel*. 2 ed. Paris: Polytechnica, 1994.

SANTAELLA, Lucia. *Produção de linguagem e ideologia*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1996.

SUDJIC, Deyan. *A linguagem das coisas*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

WALTHER-BENSE, Elisabeth. *A teoria geral dos signos: introdução aos fundamentos da semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2000.

Semiotic aspects of the hybrid language of design

Frederico Braidá

Architect and urbanist graduated by the *Universidade Federal de Juiz de Fora*, Master in Urbanism by the *Universidade Federal do Rio de Janeiro*, with an Exchange Program to the *Universidad de Belgrano* (Buenos Aires, Argentina). Master, Doctor and Post-Doctor in Design by the *Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro*. Adjunct professor of the Department of Project, Representation and Technology of Architecture and Urbanism in the *Universidade Federal de Juiz de Fora* (DPRT/UFJF). Permanent Professor of the Post-Graduation Program in Built Environment (PROAC/UFJF). He is leader of the Laboratory of Studies of Languages and Expressions of Architecture, Urbanism and Design (*Laboratório de Estudos das Linguagens e Expressões da Arquitetura, do Urbanismo e do Design – LEAUD*).

frederico.braidá@ufff.edu.br

Vera Lúcia Nojima

Designer graduated by the *Pontifícia Universidade Católica do Paraná*, Master in Production Engineering by the *Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia da Universidade Federal do Rio de Janeiro* (COPPE/UFRJ), Doctor in Architecture and Urbanism by the *Universidade de São Paulo* (USP). She is a Professor of the Graduation and Post-graduation Design Program in the *Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro* and coordinates the Laboratory of Communication in Design – LabCom. She is the leader of the Group of Studies in Design – Languages – Transversal – Triads and editor of the scientific journal *Triades em Revista*.

nojima@puc-rio.br

A premise: design is language

Initially, to be able to approach the semiotic aspects of the hybrid language of design, it is necessary to accept the premise that design is language. Actually, there is no longer much doubt about the affirmation that painting, sculpture, architecture, poetry and music, as well as visual arts, in general, are languages. This way, by extension, there is not too much to disagree when someone affirms that design is language. However, if on one hand the acceptance of such manifestations as language is generalized, on the other hand the approaches carried out in many situations have not overcome a verbal metaphorical focus.

The tradition of such metaphoric-linguistic approaches makes evident the super-valuation of the verbal sign in our culture, although people do not get tired of propagating to the four directions that we live in a world of images, in the era of iconographic culture. What many authors still insist to propose, when approaching sign non-verbal systems like languages, is trying to understand such codes in a rigorous analogy to the linguistic system.

However, by accepting design as a language phenomenon, we must admit a wider notion of the word “language”, that is not equal to “idiom”, but as “a wide semiotic phenomenon that incorporates the idioms (verbal languages), but is the manifestation of something more general, even incorporating the non-verbal signs” (BRAIDA e NOJIMA, 2014a, p. 33). This notion is sufficiently proper and pertinent for an epistemological study of design, especially when we consider the communicational and semiotic aspects of its products/objects.

We highlight that Santaella (1996, p. 314) affirms that “where there is a kind of order, codification, transmission of information, communication process, there will be language”. Therefore, if we consider that Design conceives products and services throughout systems of order and codification, processes of communication and transmission of information, it is

legitimate the affirmation that design is language.

It is precisely this premise that has given the basis for the researches we develop, in the ambit of the Studies Group in Design – Languages – Transversal, linked to the Laboratory of Communication in Design (Design LabCom), of the Post-Graduation Program in Design of the *Pontifícia Universidade*

1. A wide approach about design as a phenomenon of language is carried out by the authors in the book entitled “Why is Design language?”. See Braida e Nojima (2014a).

Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). It is also based on this premise that this work has been developed.

The hybrid language of design

As specified in the doctor's degree thesis of Frederico Braida, under the orientation of Vera Lúcia Nojima and Monica Moura, entitled "The hybrid language of design: a study about the contemporaneous manifestations"², the word "hybrid" may be considered as an analytical category in the contemporaneity, especially because it has showed to be relevant in the context of many sciences, such as biology (place of origin of the term), linguistic, arts, anthropology, sociology or in the cultural studies.

In fact, the hybrid term and its variations (interbreeding or hybridization) have been frankly used as a contemporaneous category, mainly in the attempt to overcome the conceptualizations that operated throughout dialectic pairs and that did not contemplate the existence of an universe of possible mixtures (NOJIMA, BRAIDA e MOURA, 2014, p.73-74). What is revealed is the adoption of the "hybridism" as a contemporaneous concept directed to the comprehension of a society of multiplicity, of mixtures and convergences in which everything, potentially, is hybridized: cultures, communications, languages, signs etc.

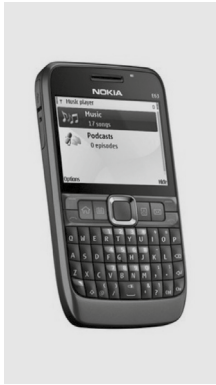
Also in the field of design, be it in the academic field or in the professional ambit (if it is possible or recommended to separate them), the hybridism has been manifested under many faces. It is sufficient to look around us and we will perceive the existence of a great quantity of products that are configured as multiform and derived from many languages, therefore each time more they are generators of multiple meanings and then presenting themselves as multifunctional or multiuse. They are all products that, such as a smartphone, regardless the modality of design they may belong (fashion, products, graphic, interiors, digital, urban, jewelry design etc.), carry characteristics that allow them to be called "hybrid".

Beyond the smartphones, we have a universe of design products that may be considered hybrid (FIG. 1). The hypermedia itself, the language of the digital medias, which composition is made with the potential reunion of sounds, images and texts, make the hypermedia design and all its products as hybrid. The unexpected mixtures of signs

2. See Braida (2012).

that awake many senses are also presented as a constant, as in the case of the Melissa sandals, which have a characteristic smell of a mix of bubble-gum with caramels and lollipops, mixing visual, tactile and OLFATIVOS signs. More specifically, we can mention the sandal Melissa Ultragirl, of the British designer J. Maskrey, which is a classic example of hybridism in materials, since it is a product that results from a mixture between the banality of plastic with the sophistication of Swarovski crystals.

1.



2.



3.



4.



5.

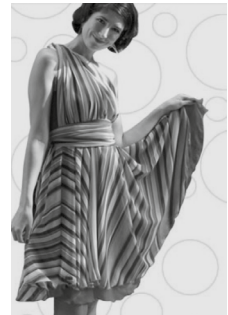


FIGURE 1 – Hybrid products.

1. SmartPhone Nokia E63. Available at: <<http://www.fayerwayer.com.br/wp-content/uploads/2009/06/nokia-e63-business-smartphone.jpg>>. Access in: 02 jan. 2012.
 2. Homepage of the website (in Portuguese) of the brothers Campana. Available at: <http://www.Campana.com.br/home_br.html>. Access in: 10 jan. 2012.
 3. Sandal Melissa Ultragirl, of the British designer J. Maskrey. Available at: <http://www.melissa.com.br/uploads/produtos_has_cores/94249218f3fa59ab61753_c6dde266doe.jpg>. Access in: 10 jan. 2012.
 4. iPanda. Available at: <<http://www.mundotecno.info/wp-content/uploads/2011/05/caixa-de-som-ipanda-amethyst.jpg>>. Access in: 08 ago. 2011.
 5. Skirt-Dress-Blouse from the store *Diversa*. Available at: <<http://www.dversa.com.br/>>. Access in: 10 jan. 2012.
-

There are also many examples of hard definition objects, because they are hybrid of design and art, or because since their conception and configuration the esthetic aspect stands out more than the functional one, like the iPanda, a type of speaker, a MP3 player, that has a dock for iPod or iPhone, which appearance is the face of a panda bear. Or, still, it is possible to find in the market clothes that can be transformed into skirts, dresses etc., according to the desire of the user, because they have been projected to attend this plural character.

We verified, therefore, that the hybridism in all possible manifestations is inherent to design. That is, there is a hybrid language subjacent to the production of any object in the field of design. Nevertheless, how to get to know the variety of existent hybridism? It is precisely this question that this text is willing to answer.

Theoretical presuppositions of the hybrid language of design

There are three theoretical formulations (or conjunct of theories) of semiotic-Peirce's basis that have been structured inside of the specific field of design and that open the door to the comprehension of the hybrid language of design³. Firstly, we can talk about the theories connected to the triad form, meaning and function, so propagated by many researches and authors of the field. Secondly, we highlight the theory about the semiotic dimensions of design (syntactic, semantic and pragmatic), arising from the semiotic dimensions of language, proposed by Morris (1970) and approached in design, for example by Quarante (1994), Gomes Filho (2006), Niemeyer (2003) and Braida e Nojima (2014b). Finally, in third place, contributes to bring to evidence the constitution of the hybrid language of

3. An explanation about these theories can be found in the book entitled "Triads of design: a semiotic view over form, meaning and function". See Braida e Nojima (2014b).

design the theory about the functions of the products (esthetic, symbolic and practical) carried out by Löbach (2007), based on the approaches of the functions of art elaborated by Mukarovský (1993).

About the hybridism between form, meaning and function, we verify that it is present in great part of the conceptualizations carried out about design in the contemporaneity. The conceptualization of design proposed by Heskett (2008, p. 13, emphasis added by us), for example, brings subjacent such hybridism when affirming that “design in its essence may be defined as the human capacity of giving *form* to the environment we live in, in a manner never seen before in nature, to *attend our needs* and give *sense* to life”. This is, therefore, the triad of design: form, meaning and function, which finds a direct correspondence with Peirce’s triad of the universal phenomenological categories (firstness, secondness and thirdness), or still in relation to the elements of the sign (representative, object and interpreter) (see PEIRCE, 1977).

Although by projecting an object it is possible to put emphasis in one of the three elements of the triad, in practice this division does not exist. Accordingly to Quarante (1994, p.291), for example, when you put higher emphasis into the form, you may talk about formalism; when you value the semantic aspect, the product’s meaning, you have the notion of stylization; at last, when the function gains a greater distinction than the form and the meaning, functionalism is close. Also, according to Walther-Bense (2000, p. 91), Max Bense presents three theories in which the design objects can get support: (1) technological-constructive theories; (2) semiotic-communicative theories; and (3) teleological-pragmatic theory. We verify that such theories come to evidence through direct reference, respectively, to the elements of the design triad: form, meaning and function.

Even though, by adopting an analytical posture, it is possible to accentuate the isolated look over the form, the meaning or the function, we must highlight that these elements are characterized as an imbricate whole, influencing and redefining themselves mutually. When related to Peirce’s categories of firstness, secondness and thirdness, such interdependence excels, since, according to Peirce (1980, p. 97),

the categories may not be dissociated one from the others in the imagination (neither from other ideas). The category of the first one may not need the second or the third, and the second one may not

need the third. But the second one necessarily needs the first one and the third needs the second one.

Considering the trichotomy of the signs, its relations and the dimensions of the semiosis proposed by Morris (1970), some authors, when applying the semiotic theories in the design field, have appointed the existence of three semiotic dimensions in the objects. According to Quarante (1994, p. 278, our translation), “transposed and simplified to the analysis of an object or product, considered as signs carrier”, we have the syntactic, the semantic and the pragmatic dimensions. These dimensions have become familiar and important to the design field, according to Nadin (1990, p. 6).

The syntactic dimension is related to the appearance of the objects, or their structures, to how the parts relate to each other to compose such object, comprehending the technical aspects, the textures, colors and everything that is related to the materiality of form. On the other hand, the expressive and representational issues are related to the semantic dimension, which involves the relationship process of the object with the meant thing. It is taking under consideration the semantic dimension that design frames our perception of how the objects must be understood (SUDJIC, 2010, p. 51). At last, the pragmatic dimension involves the destiny of the products, including their complete life cycle, functions and forms of use.

The same way the design triad form, meaning and function presents itself in an ultimate instance as an indivisible whole, also do the three semiotic dimensions of the products. According to Quarante (1994, p. 277), the three dimensions of the product are widely dependent one on the other, since Morris (1970) had already showed the interdependence of the didactic relations of the semiosis.

Finally, associated to the triad form, meaning and function and to the semiotic dimensions of the design language and products (understood as language) there are the functions of the products: esthetic, symbolic and practical, all proposed by Löbach (2007). According to Löbach (2007, p. 55), “in the process of use the necessities of the user are satisfied, endowing the product of certain functions”. Therefore, it is throughout the use appliance of the concept of function that the world of the objects becomes more understandable for man (LÖBACH, 2007, p. 54). Still according to Löbach (2007, p.54), “the essential aspects of the relations of the users with the industrial products are the functions of the products, which become

perceptible in the process of use and make possible the satisfaction of certain needs” (LÖBACH, 2007, p. 54).

However, although directly related to the pragmatic dimension, since it belongs to the third universal category of thirdness, the functions of the product are also related to the syntactic dimension when it is presented as an esthetic function, and with the semantic dimension when it is about symbolic function. The esthetic function is linked to the configuration and to the appearance of the product. “The esthetic function is the relation between a product and a user in the level of the sensorial processes. From there we may define: *The esthetic function of the products is a psychological aspect of the sensorial perception during its use*” (LÖBACH, 2007, p. 60, emphasis added by the author). And the symbolic function is the one that “is determined by all spiritual, psychological and social aspects of use” (LÖBACH, 2007, p. 64). That is, “an object has a symbolic function when the spirituality of man is stimulated by the perception of such object, by establishing connections with his previous experiences and sensations” (LÖBACH, 2007, p. 64). Finally, Löbach (2007, p.58) postulates that “are practical functions all relations between a product and its users that are situated in the organic-corporal level, that is, physiological”. The practical function is the one that in fact, gets closer to the *strictu sensu* notion of function, relating, therefore, with the pragmatics of products.

According to Bonsiepe (1991 apud BÜRDEK, 2006, p. 287), “it is not perceived that the functions are nothing but linguistic differences made by an observer. The functions are not in the products, but in the language”. Therefore, we may associate each one of the functions of the product to the semiotic dimensions of design, schematized in the following way (Table 1):

SEMIOTIC DIMENSIONS OF LANGUAGE	DESIGN ELEMENTS	PRODUCTS' FUNCTIONS
Syntactic	Form	Esthetic
Semantic	Meaning	Symbolic
Pragmatic	Function	Practical

TABLE 1 – Co-relation between the dimensions of language, design elements and the functions of the products. Source: Braida (2012, p. 147).

The same way, the triad form, meaning and function and the semiotic dimensions of language and design are inter-related, the functions of the product coexist in an inseparable way. Although in some products there is the predominance of some function in some level, the other ones are present, since they are interdependent. Such recognition makes Löbach (2007, p. 67) affirm that one of the possibilities of configuration of the products is the one that take into consideration the *symbolic-functional esthetic*, that is, the one that articulates the three functions the way they coexist: inseparable.

Three main types of hybridism in design

Based on the theoretical table and with the support of an empirical analysis of design products, we could verify that in the general and more abstract plan the hybridisms occur in the ambit of the semiotic dimensions of the languages, what validates the existence of three great types of hybridisms. It is, therefore, from the triad structure of the dimensions of language (syntactic, semantic and pragmatic) and its articulations with the three correlatives of the design triad (form, meaning and function) that we propose the typology of the hybrid language of design.

There are three main types of hybridism, among which we may insert all types of existing hybridisms in the field of design: (1) syntactic hybridism, (2) semantic hybridism and (3) pragmatic hybridism. However, these types show subdivisions, which are better to describe all hybrid manifestations of the contemporaneous design. These subdivisions refer to the aspects of mixtures, the processes that originated a specific hybrid product.

We highlight, however, that a single product may belong to different types or subtypes of hybridisms . That occurs for two reasons: the first one is due to the fact that the divisions inside of the proposed typology are not stagnant, that is, in many cases the types are imbricate, although almost always in a hybrid object there is the predominance of the syntactic, semantic or pragmatic hybridism; the second reason is due to the triad logic used for the composition of the typology, which preconizes the inter-relation between form, meaning and function.

The syntactic hybridism could also be designated as form hybridism, because it is the type of hybridism that is manifested in the form of the products. This is a type of hybridism that is above the dominance of the

firstness, revealing itself in the more superficial dimension of the product, in its appearance, fully realizing itself in the fulfillment of its esthetic function. Under a wider point of view, we say that the products that contain the syntactic hybridism are multiform. They are products that can suffer a variation of form, with or without the action of the user, leading or not to a variation of meaning, implying or not being conceived through the hybridism of different forms. They are subtypes of the (1) syntactic hybridism: (1.1) hybridism of codes; (1.2) hybridism of channels; (1.3) hybridism of materials; and (1.4) hybridism of techniques or technologies.

The semantic hybridism is the type of hybridism that is under the dominance of secondness. This type is manifested in the semantic dimension of the products and becomes evident with the fulfillment of its symbolic function. Although it also depends on the form and function, the semantic hybridism is concretely evidenced in the ambit of the products' meaning. In this sense, the design products studied under the focus of communications must not be seen only as objects of use, but also as carriers of multiple meanings. However, according to Ferrara (2007), it is through use that the meanings are reached. This way, it is possible to see a clear dependence relation between the semantic hybridism and the syntactic and pragmatic ones. This is, in a more abstract plan, the logic itself of the sign's action: a first one that is connected to the second one throughout the mediation of a third one. There are two types of (2) semantic hybridism: (2.1) hybridism of archetypes and (2.2) hybridism of contexts.

Finally, the pragmatic hybridism refers mainly to the hybridisms that comprehend the qualities of utility, functionality and practicality of the products, making available for the users many ways of integration of the products in their lifestyle. It is, therefore, a type of hybridism that is manifested in the pragmatic dimension of the products of design, throughout function, in the fulfillment of the practical function of the products. The pragmatic hybridism is about the multiple functions of the products and their many possibilities of use. There are four different types of (3) pragmatic hybridism: (3.1) hybridism of uses; (3.2) hybridism of language functions; (3.3) hybridism of practical functions; and (3.4) total hybridism.

The typology of the hybrid language of design is born, therefore, from the crossing of three matrixes or theoretical postulates that interlace and complement themselves, being one of them conceived in the ambit

of semiotic, transposed and applied by many authors to the study of design, and the other two specific of the design field: (1) matrix of the semiotic dimensions of language; (2) matrix of the triad of design, or of the elements of composition of the product; and (3) matrix of the functions of the products.

The table that follows (TABLE 2), is a great matrix that shows the correlations between the matrixes cited before, from which is born the typology of the hybrid language of design. As we may notice in the lines of this net, there are the subdivisions of each one of the matrixes reunited and in the columns the correspondent classifications, because they all fit into the three universal categories of Peirce: firstness, secondness and thirdness. This way, we highlight that the typology verified finds its logical basis on Pierce's semiotics.

	1 HSYNTACTIC HYBRIDISM	2 SEMANTIC HYBRIDISM	3 PRAGMATIC HYBRIDISM
UNIVERSAL CATEGORIES OF PEIRCE	Firstness	Secondness	Thirdness
SEMIOTIC DIMENSIONS OF LANGUAGE	Syntactic	Semantic	Pragmatic
PRODUCTS' FUNCTIONS	Esthetic	Symbolic	Practical
TRIAD OF DESIGN ELEMENTS	Form	Meaning	Function

TABLE 2 – Table of the correlations between the constitutive matrixes of the hybrid language of design. Source: Braida (2012, p.234).

Based on this table, we made explicit that the formal hybridism appears in the ambit of the materiality of products, in their perceptive faces. It is about mixtures that occur in the form, not necessarily related to the meaning and function. The formal hybridism concerns qualitative issues

and mixtures, and takes place in the fulfillment of the esthetic function of the products. The semantic hybridism, by its time, involves the aspects present in the syntactic hybridism, since it is from secondness and also related to issues of form. As the name indicates, this type of hybridism acts in the semantic dimension and is concretely manifested in meanings, drawing on the symbolic function of the products. Finally, the pragmatic hybridism, because it belongs to the thirdness, is related to the form and the meaning, but it is concretely manifested throughout the (practical) functions of the products.

Still, in a diagrammatic way, in a formal analogy with the structure of a sign, the table above can be represented by the next graphic (FIG. 2):

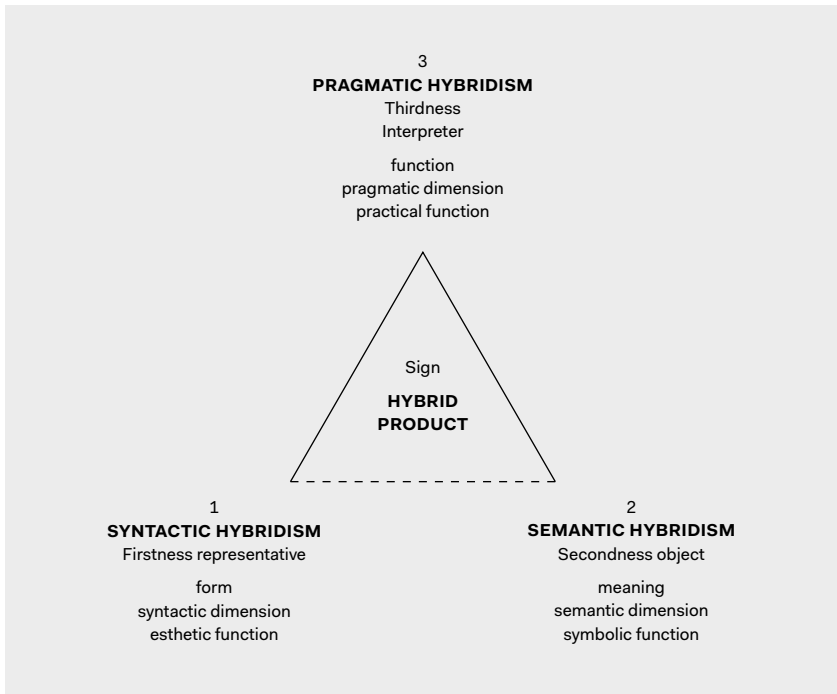


FIGURE 2 – Types of hybridism and their semiotic relations. Source: the authors.

Final considerations

To conclude, it is worth highlighting that what we intended to do in this text was to make evident how the varied range of hybridisms existing in the field of design is manifested. That is, we tried to show the logic of the constitution of such hybridisms. If on one hand the typology of the hybrid language of design is still presented inside of an excessively theoretical mark, which critic could be its low repercussion in the ambit of design praxis, on the other hand we want to highlight that such typology may instrument the analysis of the products as well as it should be understood and explored as a conceptual-methodological guideline for the project of hybrid products.

This way, having them analyzed inside of the design field, we were able to see that the hybridisms are manifested throughout the semiotic dimensions of the products' language, being revealed, concretely, throughout forms, meanings and functions, and being completely realized in the fulfillment of the products' functions (esthetic, symbolic and practical).

The *hybridism*, transformed into category of analysis of the products of contemporaneous design reveals that the hybrid manifestations of design are distributed according to the logic explicated above, which is showed throughout a typology which main types are: (1) *syntactic hybridism*, (2) *semantic hybridism* and (3) *pragmatic hybridism*.

Then, we conclude that all hybrid manifestations of design are derived from hybridisms carried out in the ambit of forms and/or meanings and/or functions. Therefore, they are not but fruits of endless mixtures and combinations that can be resumed into three main types (syntactic hybridism, semantic hybridism and pragmatic hybridism), which logic we have delineated in this work piece.

We also reinforce that the structuration logic of the typology of the hybrid language of design is the same as the Pierce's sign, because as such, it

Attends to notions of an iconic firstness, of a second indicial and of a third one to build a symbol that is renewable throughout a new first look... that may be open in new perceptions, with new indicial provocations and suggests new symbolic appropriations (NOJIMA, 2008, p. 223).

We may affirm, than, that the typology has been born throughout a research, as a consequence of a methodology that is based on the theory of signs. According to Walther-Bense (2000, p.99), “for a meaningful and fruitful application of semiotics, the presupposition is a theoretical foundation of the theory of signs itself, having in mind the essential control of its means and methods”.

REFERENCES

- BRAIDA, Frederico. *A linguagem híbrida do design: um estudo sobre as manifestações contemporâneas*. 2012. 297f. Tese (Doutorado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.
- BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. *A linguagem híbrida do design*. 2015. (No prelo).
- BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. *Por que design é linguagem?* Rio de Janeiro: Rio Book's, 2014a.
- BRAIDA, Frederico; NOJIMA, Vera Lúcia. *Triades do design: um olhar semiótico sobre a forma, o significado e a função*. Rio Book's, 2014b.
- FERRARA, Lucrécia D'Alessio. *Leitura sem palavras*. São Paulo: Ática, 2007.
- GOMES FILHO, João. *Design do objeto: bases conceituais*. São Paulo: Escrituras, 2006.
- HESKETT, John. *Design*. São Paulo: Ática, 2008.
- LÖBACH, Bernd. *Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais*. 1. reimp. São Paulo: Blucher, 2007.
- MORRIS, Charles William. *Foundations of the theory of signs*. Chicago: The University of Chicago Press, 1970.
- MUKAROVSKÝ, Jan. *Escritos sobre estética e semiótica da arte*. Lisboa: Estampa, 1993.
- NADIN, Mihai. Design and semiotics. In: KOCH, Walter A. *Semiotics in the individual sciences*. vol. II. Bochum: Brockmeyer, 1990. p. 418–436.
- NIEMEYER, Lucy. *Elementos de semiótica aplicados ao design*. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
- NOJIMA, Vera Lúcia. Semiótica. In: COELHO, Luiz Antonio L. (org.). *Conceitos-chave em design*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Novas Ideias, 2008. p.221–224.
- NOJIMA, Vera Lúcia; BRAIDA, Frederico; MOURA, Mônica. A contemporaneidade híbrida nas artes e no design. In: MOURA, Mônica (org.). *Design brasileiro contemporâneo: reflexões*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014. p.69–92.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Escritos coligidos*. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural, 1980.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1977.
- QUARANTE, Danielle. *Éléments de design industriel*. 2 ed. Paris: Polytechnica, 1994.

SANTAELLA, Lucia. *Produção de linguagem e ideologia*. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1996.

SUDJIC, Deyan. *A linguagem das coisas*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

WALTHER-BENSE, Elisabeth. *A teoria geral dos signos: introdução aos fundamentos da semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2000.